

# Culture populaire ou fin de la culture ?

## Sommaire

### De la Pléiade à la Star Academy

MARC LITS ..... 12

Les médias représentent aujourd'hui un mode de diffusion privilégié d'une nouvelle forme de culture populaire. Massifiée, industrialisée, celle-ci pose question et invite à proposer de nouvelles définitions.

### Une protohistoire de la culture de masse

DOMINIQUE KALIFA ..... 15

L'émergence de la culture de masse trouve ses origines en plein cœur du 19<sup>e</sup> siècle lorsque modernité et innovation technologique ouvrent la voie à une forme d'industrie culturelle touchant le plus grand nombre.

### Une appellation d'origine mal contrôlée

JACQUES MIGOZZI ..... 18

Par delà toutes les récupérations et confusions, l'enseigne « littérature populaire » peut déconcerter par son hospitalité, au point de passer pour une auberge espagnole.

### De la culture populaire au patrimoine immatériel

GÉRARD DERÈZE ..... 21

Depuis que le folklore et l'ethnologie ont été institués comme disciplines, la notion de « populaire » a toujours été centrale dans la définition même de l'objet de leurs approches.

### Études culturelles et culture populaire

JAN BAETENS ..... 24

Les « études culturelles », une discipline qui défend la culture populaire, rappellent qu'il ne faut pas oublier les rapports de force qui se cachent derrière la valorisation du populaire.

Le concours Eurovision de la chanson est-il le dernier avatar de l'art lyrique contemporain ? Ou faut-il y voir le signe de la dégénérescence culturelle d'une société soumise à l'emprise de médias de masse débilissants et d'une marchandisation bradant les valeurs esthétiques dans des sous-produits vulgaires ?

La question se pose au moment où la radio, la télévision, Internet font circuler auprès de centaines de millions de consommateurs les « produits » d'une culture de masse qui représentent un des marchés les plus importants de notre époque en termes économiques. Mais aussi un des lieux de construction identitaire où se forment nos racines culturelles communes à travers des valeurs plus ou moins partagées, des idéaux et des modèles dans lesquels une communauté se reconnaît. Ce que les artistes, mieux que d'autres, ont souvent réussi à cristalliser dans des œuvres qui deviennent alors des emblèmes du groupe.

Dès lors, quand Simenon entre dans *la Pléiade*, quand le prochain musée de Louvain-la-Neuve sera consacré à Hergé plutôt qu'à Magritte, faut-il voir là les signes avant-coureurs du déclin de notre civilisation occidentale ? Il faut en tout cas reconnaître que le débat n'est pas neuf, que des traditions populaires ont toujours existé, et ont laissé des traces culturelles et artistiques depuis la nuit des temps. Et constater aussi que l'émergence de produits culturels de masse est particulièrement vivace dès le milieu du 19<sup>e</sup> siècle, quand l'industrialisation de nos pays entraîne simultanément le développement et la scolarisation d'une classe ouvrière et moyenne considérable, mais aussi la diffusion massive de livres, de journaux, puis de chansons et de disques. L'accès à la culture devient une réalité pour tous ; la diversité culturelle s'installe, suscitant nombre d'échanges virulents. Les sociétés homogènes disparaissent (même si la mondialisation provoque d'autres formes d'homogénéisation), les interrogations sur le statut de la paralittérature, sur la qualité esthétique du média télévisuel voient le jour. Preuve que la culture n'est pas une valeur en soi, mais bien un objet socialement construit, et donc discuté. Que l'esthétique n'est pas exempte d'idéologie, et que l'art n'existe pas indépendamment du commerce.

Aperçus historiques et éclairages sociologiques sont ici proposés, sans esprit partisan, pour ouvrir le débat, pour que chacun puisse s'interroger sur les postulats qui fondent sa définition de la culture.

MARC LITS, COORDINATEUR DE CES PAGES « THÈME »

# De la Pléiade à la Star Academy

MARC LITS

*Les médias occupent de plus en plus de place dans notre vie. Il n'est pas étonnant qu'ils représentent aujourd'hui un mode de diffusion privilégié d'une nouvelle forme de culture populaire. Massifiée, industrialisée, celle-ci pose question et invite à proposer de nouvelles définitions.*



Marc Lits est professeur ordinaire au Département de communication de l'UCL, où il dirige l'Observatoire du récit médiatique.

Le numéro de juillet-août 2003 de la prestigieuse revue *Les Cahiers du cinéma* proposait un épais dossier sur les séries télévisées américaines. Pour légitimer ce choix et désamorcer les critiques qu'une partie du public très intellectuel de cette revue ne manquerait pas de formuler face à un choix discutable, l'introduction s'ouvrait sur une citation du cinéaste Chris Marker reconnaissant que ces séries, aujourd'hui, présentent le sommet de la qualité dans les fictions audiovisuelles, bien devant les films.

Cette affirmation, voire cette provocation aux yeux de certains, peut entraîner divers types de commentaires. Pour d'aucuns, le sens des valeurs esthétiques se perd si un grand créateur se met à valoriser les pires productions de masse. Pour d'autres, c'est la preuve que les choix esthétiques sont tributaires des évolutions historiques et culturelles. Le cinéma mit un demi-siècle pour être reconnu comme art à part entière (le fameux « septième art », la naissance du cinéma d'auteur avec la « nouvelle vague » française des années 60), au même niveau que la littérature, dont il fut accusé de favoriser le déclin, avant d'être maintenant supplanté par la télévision, au moment où celle-ci fête précisément, en Belgique du moins, ses cinquante ans. Pour certains enfin, ce type de discours manifeste l'emprise des industries culturelles (deux termes jugés incompatibles

pour ces derniers) sur le secteur de la culture et du divertissement, imposant non seulement des produits de grande consommation, où l'art n'a plus rien à voir, tout en parvenant à leur assurer une légitimité ainsi qu'une reconnaissance sociale et culturelle. Ce ne serait pas moins que la fin de la culture sous les assauts dollarisés de mégacompagnies, toutes nord-américaines, agissant parfois avec des alliés objectifs comme Jean-Marie Messier<sup>1</sup>, quand ce dernier ose décréter la fin de l'exception culturelle française au profit de la seule valeur, à savoir, dans son langage, celle qui maximalise les profits des actionnaires.

## Entre purgatoire et esthétique idéologique

Dès lors, dans cette logique, un double piège se mettrait en place : au nom de la valorisation, devenue légitime, de la culture populaire, les logiques commerciales imposent des produits de plus en plus abêtissants ; et ces produits remplacent ce qui était authentiquement populaire, à savoir ancré dans une tradition imprégnée de folklore, de culture orale, d'expressions artistiques ancestrales. En un mot, le rouleau-compresseur EuroDisney aurait écrasé les loisirs traditionnels, comme les émissions de télé-réalité, du type « Big Brother », « Loft Story » et « Star Academy » auraient pris la place des dramatiques d'antan.

Sans nous prononcer à ce stade sur la valeur esthétique et culturelle des contenus de ces différents objets de divertissement, il faut cependant faire deux remarques préalables. Ce procès n'est pas nouveau. À chaque évolution esthétique, à chaque émergence d'un nouveau support de diffusion surgit un discours de réprobation essentiellement fondé sur la nostalgie d'un âge d'or détruit par cette évolution. Le roman a mis deux ou trois siècles pour être reconnu comme un genre littéraire majeur dans la culture occidentale, quand l'épopée, la tragédie, le théâtre, la poésie lyrique étaient les genres nobles, et c'est seulement au début du 19<sup>e</sup> siècle qu'il s'imposera. Au début du 20<sup>e</sup> siècle, le cinéma était montré dans des villages par des forains, avant qu'il n'ac-

1. « Pour moi, les médias ne sont pas des instruments de pouvoir dans les mains de leurs propriétaires. Ce sont des industries qui, comme toute activité industrielle, ont une première mission de créer de la valeur. », J.-M. Messier, *J6M.com, Faut-il avoir peur de la nouvelle économie?*, Paris, Hachette, 2000, p. 125.

« [Les] *Scènes de la vie future* de Georges Duhamel, parues en 1930 (...) qualifient la sous-culture que ces jeunes médias [le cinéma et la radio] véhiculaient de "divertissement d'ilotes ivres" et de produit d'importation américaine fabriqué en ville et, par conséquent, la déclaraient incompatible à jamais avec le substrat granitique du génie français. (...) Duhamel signalait déjà la rébellion d'une pensée nationale face à l'invasion et signait son entrée dans l'ère du soupçon, avec ses deux lignes de fuite favorites : la révélation (...) d'une préméditation *made in USA* (...), ce qui flattera toujours l'anti-américanisme latent (...); la signature d'un ordre de bataille inévitable et permanente entre la culture d'excellence des élites, à maintenir et promouvoir mieux encore, et cette culture au rabais et frelatée dont sont abreuvées les masses à l'âge de leur abandon aux ivresses démocratiques ».

Jean-Pierre Rioux, *La culture de masse en France de la Belle Époque à aujourd'hui*, Paris, Fayard, 2002, p. 264.

quière une reconnaissance artistique (voir les propos de Georges Duhamel en encadré). Quand le roman policier s'est développé, des enquêtes furent menées dans les prisons pour voir si les criminels avaient lu ce « mauvais genre » davantage que la moyenne du public, ce qui démontrerait sa nocivité foncière. Le premier administrateur de la télévision belge trouvait lui-même que le personnel qui passait à la télévision était constitué de gens qui avaient raté leur carrière à la radio. Ainsi, toute production culturelle nouvelle doit toujours traverser un purgatoire assez long avant d'accéder à la reconnaissance collective.

Pour certains chercheurs, la notion de « paralittérature » répondrait à cette logique d'accès progressif. Le cadre paralittéraire serait en quelque sorte une antichambre où les nouveaux objets culturels devraient patienter quelque temps avant de mériter leur légitimité. Ce fut le cas de la bande dessinée, avant qu'on ne sacralise Hergé, et qu'elle sorte ensuite du ghetto de la production destinée aux enfants. C'est celui du roman policier, quand Simenon sort des collections policières, bien séparées de la littérature générale dans les librairies et les bibliothèques, pour entrer, en deux volumes, dans la prestigieuse *Bibliothèque de la Pléiade* chez Gallimard.

Deuxième remarque: Au-delà de cette mise en perspective historique, il faut admettre que ces jugements de valeurs, souvent justifiés par des appréciations de type esthétique, sont en fait très marqués idéologiquement. Les travaux de Pierre Bourdieu sur la littérature, l'art ou la photographie n'ont eu de cesse de démonter ce qu'il considérait comme une véritable mystification. Les notions de génie créateur, d'art pur, d'universalité du jugement de goût sont en fait des constructions sociales fondées sur des critères de distinction ancrés dans un clivage irréductible entre classes sociales dominantes et dominées. La démarche créatrice répond à deux approches différentes et diamétralement opposées. La première est caractérisée par une production restreinte dont le capital symbolique est inversement proportionnel aux ventes et aux revenus économiques. La seconde est marquée par une grande production, que la critique méprise, que l'institution (littéraire ou artistique) rejette, mais qui connaît un succès public. Et ce public est lui-même inscrit dans des logiques d'appropriation culturelle qui l'empêchent de passer d'un champ à l'autre. Toute tentative de démocratisation cul-

turelle serait dès lors vouée à l'échec, tant les appartenances de classe seraient irréversibles.

Cette position radicale a depuis lors été discutée, entre autres par les tenants d'une anthropologie du quotidien, qui mesurent combien les publics dominés peuvent mettre en place des tactiques de résistance aux discours du pouvoir. Il n'empêche, elle nourrit encore aujourd'hui les critiques formulées à l'encontre de la culture de masse (pour celles qui estiment que les mass médias et leurs programmes américains détruiraient les valeurs ancestrales des classes populaires), ou à l'opposé, celles qui dénoncent le déclin de la culture, ne prenant en compte que la culture consacrée.

### Masse et médias

Aujourd'hui, ce débat culturel revient en force pour quatre raisons. Le développement exponentiel des médias audiovisuels et d'Internet place désormais ceux-ci en première place de nos activités sociales, même avant le travail. Notre société s'organise autour de notre usage des médias, et il est donc normal que nous nous interroguions sur leur fonction. Deuxièmement, ces produits culturels sont diffusés et consommés de manière plus massifiée que jamais: un film à succès, un best seller en librairie, un CD en tête du hit parade touchent des consommateurs par millions, voire par dizaines de millions. Troisièmement, le groupe le plus immergé dans cette consommation culturelle de masse, et explicitement ciblé par les grandes entreprises de médias, ce sont les jeunes. Depuis les années soixante, les « teenagers » ont acquis une forme d'autonomie par rapport aux modes de vie de leurs parents, et surtout ils disposent d'un pouvoir d'achat de plus en plus important. Une bonne part de l'industrie cinématographique actuelle ne produit que des films « enfants admis », c'est-à-dire calibrés pour toucher ce public jeune. Et l'industrie du disque vit pour l'essentiel de cette clientèle-là. Le débat social sur la culture massifiée des jeunes est donc



Le groupe le plus immergé dans la consommation culturelle de masse, et explicitement ciblé par les grandes entreprises de médias, sont les jeunes.

*Toute production culturelle nouvelle doit traverser un purgatoire avant d'accéder à la reconnaissance collective.*





Cinématique royale, Bruxelles

Georges Simenon et Jean Gabin dans « Maigret tend un piège ».

plus que jamais d'actualité. Enfin, dans nos contrées, la majeure partie de ces contenus culturels est d'origine nord-américaine, que ce soit au cinéma, dans les séries télévisées, les romans policiers, la musique pop. Dès lors, dans le cadre d'une dénonciation de l'emprise de l'industrie culturelle américaine sur le secteur du divertissement de masse, les critiques seront plus virulentes que jamais.

Pourtant, il faut toujours observer avec prudence de nouveaux dispositifs de communication. À cet égard, un rapprochement entre les

*Une manière de dépasser les affrontements idéologiques consisterait à réfléchir à l'émergence d'une culture médiatique.*

déclarations catastrophistes qui ont accompagné le développement de la télévision, il y a cinquante ans, et les prophéties actuelles sur Internet serait pertinent pour dénoncer l'emprise des idéologies passistes. Les propos d'intellectuels et de philosophes (relayés par exemple dans les

colonnes du *Monde diplomatique* autant que du *Figaro*) s'inquiétant de la régression démocratique qu'entraîne l'arrivée d'une nouvelle technologie sont toujours à considérer avec précaution. Ils rappellent assez les inquiétudes de certains penseurs de l'Antiquité grecque craignant que le développement de l'écriture, ce nouveau média, ne condamne la mémoire de la tradition orale.

### Penser une nouvelle culture

Une manière de dépasser ces affrontements idéologiques consisterait à oublier ces termes trop connotés de « culture populaire » ou de « culture de masse » pour réfléchir à l'émergence d'une « culture médiatique » fondée sur l'éclatement des supports contemporains de transmission et

de leurs usages. Les consommateurs culturels d'aujourd'hui ne sélectionnent plus leur demande d'imaginaire par rapport à un support déterminé, ils « bricolent avec et dans l'économie culturelle dominante les innombrables et infinitésimales métamorphoses de sa loi en celle de leurs intérêts et de leurs règles propres »<sup>2</sup>. Ils saisissent dans la même journée une information à la radio, complétée par un coup d'œil dans le journal, et illustrée d'une séquence du JT; ils regardent *Madame Bovary* au cinéma, avant de lire des récits de Woody Allen ou le roman d'un présentateur de TV. Ce qui ne doit pas nous empêcher de rappeler que le rapport au livre et à l'image n'apporte pas les mêmes représentations imaginaires, et qu'il reste nécessaire de distinguer l'usage de ces différents médias, de ne pas défendre trop vite le système du *melting pot* médiatique où tout s'équivaldrait. Mais il faut étudier les implications sociales de ces modes de consommation disséminés, dont on peut au moins percevoir deux interprétations idéologiquement différentes. Pour les tenants de la démocratisation culturelle, la télévision est un outil de vulgarisation du patrimoine culturel, auquel le plus grand nombre n'aurait pas eu accès sans elle. Pour les défenseurs de l'homogénéité des supports, cela renforce les clivages culturels, la culture livresque étant de plus en plus réservée à un public de *happy few*, à l'image de la place que la poésie occupe encore dans les pratiques culturelles actuelles.

Ces analyses ne peuvent être valides qu'en prenant en compte des séries culturelles qui se construisent dans la durée et migrent d'un support à l'autre. Ce n'est pas un hasard si ce sont des historiens du livre qui s'intéressent aujourd'hui de très près aux évolutions de l'écrit et de l'édition devant le phénomène Internet<sup>3</sup>. Ils ont compris que l'observation de la longue durée demande des passages de frontières et interdit tout enfermement dans un territoire borné. Il s'agit dès lors de mieux saisir les médias dans leur « rôle spécifique d'intermédiaires symboliques collectifs »<sup>4</sup>. Si nous pouvions progresser dans une analyse des réseaux médiatiques (non au sens technique de la diffusion des images, mais en tant qu'interconnexion de grands récits multimédias), et de leur consommation par les usagers ordinaires, nous contribuerions à construire une histoire contemporaine de la culture médiatique, significative des pratiques individuelles et constitutive des imaginaires collectifs. ■

2. M. de Certeau, *L'invention du quotidien. 1. Arts de faire*, 2<sup>e</sup> éd., Paris, Gallimard, coll. Folio Essais, n° 146, 1990.

3. Cf. R. Chartier, *Le livre en révolutions*, Paris, Textuel, 1997.

4. M. Wolf, « Recherche en communication et analyse textuelle », *Hermès*, n° 11-12, 1993, p. 213.

# Une protohistoire de la culture de masse

DOMINIQUE KALIFA

Si la culture populaire, ensemble complexe de productions, de pratiques et d'« arts de faire », n'a évidemment pas attendu le 19<sup>e</sup> siècle pour prospérer, les profondes transformations engendrées par l'entrée dans la modernité industrielle et urbaine ont pourtant modifié l'horizon culturel du plus grand nombre. Aux gestes et aux motifs traditionnels, qui ne disparurent d'ailleurs pas pour autant, vinrent peu à peu se superposer les objets, l'imaginaire et les usages d'une industrie culturelle en plein épanouissement. Souvent focalisées sur les effets supposés de la culture de masse (homogénéisation, nivellement, endoctrinement, etc.), les sciences sociales ont longtemps daté son émergence des années d'entre-deux-guerres, moment où le phénomène avait atteint sa vitesse de croisière, et où les évolutions politiques (emploi de la propagande de masse lors du premier conflit mondial, pratiques « culturelles » des États totalitaires) semblaient annoncer le pire. Moins soumises aux pesanteurs esthétiques, plus attentives aux évolutions sociales et aux formes différenciées de l'appropriation culturelle, les recherches récentes menées en histoire culturelle ont largement révisé ces datations et insisté sur la genèse d'un phénomène dont les racines plongent clairement au cœur du 19<sup>e</sup> siècle. Ce sont les étapes de cette évolution, limitée ici à l'exemple de la France, qui seront brièvement présentées dans ces lignes.

## Le laboratoire de Juillet

Séquence décisive en matière économique et sociale, la Monarchie de Juillet (1830-1848) le fut aussi sur le plan culturel. Quatre innovations radicales y sont en effet perceptibles, qui bouleversent en profondeur la nature et la structure de l'offre culturelle, et font de ces années très remuantes une sorte de proto-histoire de la culture de masse. Bien connue, la première de ces innovations concerne l'univers de la presse. En décidant d'abaisser de moitié le prix de l'abonnement (de 80 à 40 F), en faisant supporter aux « annonceurs » les effets financiers de cette mesure et en ouvrant à la littérature, par l'intermédiaire du roman-feuilleton, les colonnes de

*L'émergence de la culture de masse trouve ses origines en plein cœur du 19<sup>e</sup> siècle lorsque modernité et innovation technologique ouvrent la voie à une forme d'industrie culturelle touchant le plus grand nombre. Evocation en trois temps de cette genèse.*

*La Presse*, Émile de Girardin fait de l'année 1836 *L'An I de l'ère médiatique*, pour reprendre le titre d'un ouvrage récent. Rapidement imitée, la mesure eut des effets concrets en terme de lectorat et de tirage (de 80 000 à 180 000 pour les journaux parisiens dans la décennie qui suit). Faisant explicitement du journal un organe « de médiation » (prospectus de lancement), elle inaugurerait aussi l'entrée dans un imaginaire de la périodicité, rythmé par les nécessités d'une culture-marchandise dont la dimension industrielle et commerciale était clairement attestée (encadré ci-dessous).

La seconde innovation, presque synchrone, concerne le monde de l'édition, condamné à relever le défi du roman-feuilleton dont le fulgurant succès menaçait vite la librairie traditionnelle. L'initiative vint de l'éditeur Gervais Charpentier, qui mena lui aussi sa « révolution » en 1838. Usant des potentialités techniques nouvelles, il créa un nouveau format (in-18 Jésus) qui lui permit de comprimer la matière typographique et donc d'offrir des livres plus denses, à plus fort tirage et surtout moins chers (le prix moyen s'abaisse de 7 à 3,50 F). Contrainte de s'aligner, la librairie désormais « industrielle » multiplia alors les initiatives (livraisons et livres à « quatre sous », collection à 1 F de Michel Lévy, etc.), s'orientant clairement vers la voie du livre bon marché. Les effets sur la création littéraire n'étaient pas moins minces. La littérature, désormais, n'était plus dissociable du livre, unité marchande, comptable, soumise à des contraintes matérielles et commerciales extérieures au



D.R.

Dominique Kalifa est professeur d'histoire contemporaine à l'Université Paris-1 – Panthéon-Sorbonne, où il dirige le Centre de recherches sur l'histoire du 19<sup>e</sup> siècle. Spécialiste de l'histoire du crime et de ses représentations, il a notamment publié *La Culture de masse en France* (La Découverte, 2001).

« Ainsi par ses livres, la classe lettrée entretient le commerce de la papeterie, les ateliers de brochage, les fonderies de caractères, les fabriques de machines à imprimer ; par les pièces de théâtre, elle fait vivre une multitude innombrable d'acteurs, de comparses, de machinistes, de compositeurs, de décorateurs et de commis ; par ces trois industries, elle paie d'énormes loyers pour les libraires, pour les directeurs de spectacles, pour les journaux, sans compter ce que le gouvernement retire d'elle en droit des pauvres, en papier timbré et en frais de postes ». *La Presse*, 10 septembre 1836. Cité par A. Vaillant et M. E. Thérenty, *1836, L'An I de l'ère médiatique*, Paris, Nouveau Monde Édition, 2001, p. 226.

*Le livre est une unité marchande, comptable, soumise à des contraintes commerciales extérieures au domaine littéraire.*

mêmes années un accroissement spectaculaire, aux sources d'un nouveau système de représentations de plus en plus adossé au regard et au visuel. Une « poussée illustrative »

est alors sensible dans l'édition, notamment populaire, où lithographies, vignettes et gravures s'imposent, affectant l'écriture même du texte. Ce mouvement est tout aussi net dans la presse (les grands magazines illustrés se multiplient, comme *Le Magasin pittoresque* en 1837 ou *L'Illustration* en 1843) ou l'univers de la rue (affiches, panoramas, mouvement du boulevard). Il triomphe surtout dans l'invention de la photographie, cette rupture majeure qui inaugure un

nouveau régime de figuration et de reproduction. La décision étatique d'acheter en 1839 le brevet de Niepce et Daguerre pour le verser dans le domaine public montre d'ailleurs que les contemporains avaient pris toute la mesure de cette découverte : une technique, une machinerie, qui devait faire de la représentation de nous-même l'image démocratique par excellence !

La dernière innovation des années 1830 affecte l'ordre du discours. La « querelle du roman-feuilleton » qui s'amorce en 1836, la dénonciation de la « littérature industrielle » par Sainte-Beuve en 1839 et le long débat qui s'en suit dans les revues, les salons ou la tribune de la Chambre sont pleinement constitu-

tifs de cette entrée dans l'ère des masses. Croisant les griefs esthétiques, les arguments moraux ou les préjugés politiques, le réquisitoire alarmiste dressé alors contre « la mauvaise culture » constitua une sorte de matrice discursive, que l'on réactiva lors de l'apparition de chaque média nouveau.

À tous ces égards, la Monarchie de juillet apparaît donc fondatrice. À cette offre renouvelée manquait cependant une assise sociale plus large, capable de lui offrir un marché de consommation à sa mesure.

### L'offre et la demande

C'est donc à la seconde moitié du 19<sup>e</sup> siècle qu'il revint, en France, d'accorder l'offre à sa demande. Les embellies économiques, l'élévation relative, mais continue, du revenu moyen et des niveaux de vie, la sortie progressive d'un modèle de domination sociale fondé sur l'affrontement et l'exclusion au profit d'une logique d'intégration méritocratique jouèrent largement en ce sens. Les transformations du cadre sociopolitique et de l'équipement culturel accentuèrent le mouvement : le suffrage universel masculin est acquis en 1848 et la censure tend à s'éteindre après 1868 ; l'école et l'alphabetisation progressent rapidement ; la ville, remodelée et haussmannisée, réinvente les formes du spectacle urbain ; le système neuf des kiosques de gare lancé par Louis Hachette inaugure des réseaux de distribution plus efficaces, complétés dans les mêmes années par un meilleur dispositif de librairies et de bibliothèques.

Dans ce contexte renouvelé, une série d'initiatives décisives sont prises en matière d'offre et de production culturelles. C'est d'abord le lancement, révolutionnaire, du *Petit Journal* en 1863. Suivi par une floraison d'autres périodiques du même type, le journal de Millaud constitue une étape essentielle dans l'avènement de la culture de masse. Par son prix (le plus bas possible, 5 centimes), son principe de vente au numéro qui brise la logique élitiste de l'abonnement et son système de représentation (fondé sur le fait divers, la causerie bonhomme, le spectacle quotidien ouvert sur un monde à la fois monstrueux et merveilleux) il réussit à capter un très large public, dont il sent l'immense virtualité, et à lui offrir une synthèse imprimée de ses aspirations. À la fin des années 1860, *Le Petit Journal* tire ainsi à près de 500 000 exemplaires.

Au 19<sup>e</sup> siècle, la place de l'image connaît un accroissement spectaculaire, aux sources d'un nouveau système de représentations de plus en plus adossé au regard et au visuel.





Un mouvement parallèle est perceptible dans le monde de l'édition, notamment au travers de l'édition scolaire dont le rôle est central dans le changement d'échelle qui affecte alors le monde de l'imprimé. Non seulement des éditeurs comme Hachette, Delagrave ou Colin ajustent leurs publications et leurs tirages à un public scolaire en fort accroissement quantitatif, mais ils expérimentent aussi dans l'édition de manuels des pratiques éditoriales (commandes, paiement au forfait, cahier des charges contraignant) qui sont par la suite généralisées dans les autres secteurs, à commencer par la littérature.

Mais les initiatives des années 1860 ne se réduisent pas au seul registre de l'imprimé. La modernisation touche aussi le monde des spectacles, qui entre en régime industriel. C'est notamment le cas du café-concert, qui se structure alors dans un réseau hiérarchisé de salles et rode des pratiques plus professionnelles. Dans la ville remodelée se dessine une sorte de spectacle mobile et subjectif, dans lequel on a pu voir l'archéologie du cinéma. Mais l'exemple le plus significatif est sans doute celui de l'Exposition universelle de 1867, qui accueille 11 millions de visiteurs, soit plus du double qu'en 1855. C'est d'ailleurs là, dans cette curieuse entreprise qui conjugue éducation des masses et encyclopédisme industriel, mêle les fonctions commerciale, politique et esthétique, que Walter Benjamin voulait voir l'acte de baptême de l'industrie du spectacle.

### Industries culturelles

Ces années sont encore celles où s'organise et se structure l'appareil des industries culturelles, en marche accélérée vers l'économie de marché. C'est vers 1860 que Jean-Yves Mollier repère la convergence, dans le monde éditorial, de *l'Argent et les Lettres*, que Disdéri fait entrer l'activité photographique dans l'âge industriel et les circuits financiers, que le monde de la presse resserme ses liens avec celui de la banque ou de l'entreprise, qu'à l'autre extrémité de l'échelle sociale se reconnaît un monde de « prolétaires intellectuels ». Fortes du grand public qu'elles commencent à s'attacher, les industries culturelles tendent à s'insérer de façon étroite dans les circuits économiques et financiers du capitalisme moderne.

Dans les années 1900, le temps des masses paraît donc pleinement constitué. Une riche culture de l'imprimé est désormais à l'œuvre, qui



transite par la presse populaire (plus de 5 millions d'exemplaires) et par une édition de large circulation dont les livres brochés ou les fascicules entrent alors dans l'ère des « Cent mille » (*Le Livre Populaire* de Fayard). L'industrie du spectacle est désormais autonome. Le café-concert (274 salles à Paris en 1900) entame sa conversion vers le music-hall, encore plus standardisé et industrialisé. L'Exposition est devenue foire (1900), où s'invente la figure du « spectateur-acheteur » appelée à devenir que l'on sait. Le sport-spectacle est né, principalement autour de la course cycliste (Paris-Bordeaux, puis, Paris-Brest en 1891, le Tour de France en 1903), en liaison avec des entreprises de presse comme *Le Petit Journal* ou *L'Auto*. L'image, surtout, est plus présente que jamais. Omniprésente dans la rue (on dénonce l'ère de « l'affichisme » et les ravages de la publicité), les livres à bon marché ou les journaux populaires (c'est le temps des fameux « Suppléments illustrés » du dimanche), elle triomphe avec le cinématographe. Né en 1895, celui-ci s'impose peu à peu comme la synthèse animée de toutes les émotions, les valeurs et les représentations disponibles. Sorte de kaléidoscope où s'invitent toutes les forces et les formes de la modernité, la science et la vitesse, la technique et le mouvement, l'énergie et le plaisir, il acquiert presque aussitôt un caractère de passion populaire. Toute une culture est désormais à l'œuvre, qu'il reviendra au siècle qui s'ouvre de prolonger, d'amplifier ou de contester. ■

Dans les années 1860, la modernisation touche aussi le monde des spectacles, qui entre en régime industriel. C'est notamment le cas du café-concert, qui se structure alors dans un réseau hiérarchisé de salles et rode des pratiques plus professionnelles.

*Les transformations engendrées par l'entrée dans la modernité industrielle et urbaine ont modifié l'horizon culturel du plus grand nombre.*

# Une appellation d'origine mal contrôlée

JACQUES MIGOZZI

*Par delà toutes les récupérations et confusions, l'enseigne « littérature populaire » peut déconcerter par son hospitalité, au point de passer pour une auberge espagnole, ouverte aux genres, publics et supports les plus divers.*



Jacques Migozzi est attaché au Centre de recherches sur les littératures populaires et les cultures médiatiques de Limoges.

On a souvent souligné, depuis une vingtaine d'années, les multiples significations de l'appellation « littérature populaire », sources d'équivoques et d'approximations, sur le plan pratique comme sur le plan théorique. L'adjectif qualificatif « populaire », si l'on se fie par exemple au *Petit Robert*, peut endosser en effet trois grands sens et désigner ce qui émane du peuple, ce qui a trait au peuple et lui est destiné, ce qui est aimé du peuple enfin. Voici donc la nébuleuse et protéiforme « littérature populaire » écartelée d'emblée entre trois avatars potentiellement fort dissemblables. Si l'on retient plutôt l'*origine* « populaire », on sera tenté de privilégier soit des textes censés exprimer un imaginaire collectif, portés par la performance orale de conteurs et autres rhapsodes ; soit des textes rédigés par des auteurs issus de classes sociales modestes, comme dans le cas de la « poésie populaire » parrainée par George Sand ou Hugo dans les années 1840 ou dans celui de l'éphémère « littérature prolétarienne » prônée par Henri Poulaille dans les années 1930. Mais ces œuvres n'ont bénéficié que d'une diffusion très modeste.

Si l'on insiste au contraire sur la visée du peuple comme lectorat spécifique, on fera la part belle aux intentions présidant à la rédaction et à la diffusion des textes, qu'elle relève de la logique marchande des industries culturelles ou de desseins édifiants. Dans ce cas encore, sur la seule foi de leurs thématiques « populistes », on en arrive parfois à qualifier paradoxalement de « populaires » des textes au public (très) restreint. Le troisième sens présenterait l'avantage de se prêter à une objectivation quantitative, en prenant en compte le support et en réservant l'adjectif « populaire » aux seules pratiques de consommation culturelle partagées par le grand public, donc corollairement aux œuvres dites de large circulation ou de grande diffusion. Quelle que soit l'acception du terme privilégiée, elle ne dissipe toutefois en rien le flou notionnel redoutable et probablement inextricable, qui auréole le substantif-fétiche de « peuple », dont c'est peu dire

qu'il a des accents idéologiques variés, et qu'on ne peut l'employer innocemment.

## De la tradition orale au roman-feuilleton

Par delà les ambiguïtés de l'usage ordinaire du terme, trois emplois de cette appellation si plastique paraissent néanmoins les plus répandus. Le premier consiste, depuis les folkloristes du 19<sup>e</sup> siècle, à faire de « littérature populaire » et de « littérature orale » des synonymes. C'est dans cette optique que se mènent, par exemple au Brésil (où l'oralité traditionnelle n'a pas encore été laminée par les mass médias), de fécondes recherches sur les « littératures de la voix ». Leurs conclusions contribuent, *mutatis mutandis*, à renouveler notre approche de phénomènes culturels disparus en Europe occidentale ou ne subsistant plus qu'à l'état résiduel, en éclairant notamment l'osmose et la contamination réciproque entre culture orale populaire, littérature populaire écrite et littérature savante. Dans notre approche, le découpage canonique et le regard académique tendent spontanément à dissocier ces objets.

La deuxième acception assez fréquente revient à désigner, depuis Charles Nisard en 1854, par « littérature populaire » la littérature de colportage. Prolongeant les travaux pionniers de l'École des *Annales*, une ambitieuse réflexion pluridisciplinaire et comparatiste s'est attachée depuis une quinzaine d'années à éclairer la réalité polymorphe, aussi complexe que méconnue, des imprimés de large circulation (livrets et romans de la *Bibliothèque Bleue*, placards et almanachs, estampes et chansons, canards et jeux de cartes...) au cœur de l'espace public des sociétés traditionnelles, dont la grande fracture de 14-18 entérine et précipite le déclin avec la « fin des terroirs ».

C'est toutefois un troisième sens qui, de manière transnationale<sup>1</sup>, semble souvent prévaloir. Il circonscrit le phénomène au « roman populaire » du 19<sup>e</sup> siècle et de la Belle Époque, c'est-à-dire cette énorme production de récits fictionnels née avec le roman-feuilleton et l'alphabétisation de masse, qui ont légué à notre imaginaire collectif quelques figures mythiques, de Monte Cristo

*La fiction de masse et les usages populaires ont toujours été occultés par le discours dominant.*

1. Voir Alain-Michel Boyer, *La Paralittérature*, Paris: PUF, coll. Que sais-je?, 1992, pp. 14-15.



à Fantômas en passant par Rocambole, Par-dailan, Arsène Lupin. Aux yeux d'un très large public, cette production constitue encore, à elle seule, toute la littérature populaire, et l'on peut s'interroger sur cette étrange restriction, qui limite l'empan chronologique de l'appellation à une sorte de préhistoire de la culture mass-médiatique. On crédite ainsi rétrospectivement les feuilletons, « romans à quatre sous » des années 1840 et autres « petits livres » de la Belle Époque ou de l'entre-deux guerres, d'une sorte d'authenticité « populaire » aujourd'hui disparue, broyée dans le laminoir quotidien de l'écran-roi. Et de fait, lorsqu'il s'agit d'évoquer les fictions imprimées destinées au grand public dans la seconde moitié du 20<sup>e</sup> siècle, hors de certains cercles universitaires qui les dénomment « littérature de grande consommation » ou « littérature sérielle »<sup>2</sup>, on privilégie les appellations génériques : science-fiction, roman policier ou polar, roman rose ou roman pornographique, roman sentimental, roman-photo, heroic fantasy, roman d'espionnage...

Le terme de « paralittérature » a pu paraître un temps s'imposer comme nouveau label englobant, mais, malgré la polysémie de son préfixe « para », qui indique tout à la fois l'opposition et la contiguïté, il se situe trop directement dans une tension avec la littérature reconnue, en négligeant la diversité des usages sociaux et des supports propres à ces genres de grande diffusion. Dépourvue du crédit positif attaché dans certains cas au terme « populaire », l'enseigne « paralittérature » est donc rarement revendiquée dans le discours des auteurs et des éditeurs, sauf quand elle est affichée comme un emblème de contre-culture, essentiellement dans le monde nord-américain.

### De mauvaises lectures ?

Exit alors, pour cause de péremption et de confusion, l'appellation de « littérature populaire » ? Pas tout à fait, car elle ressurgit sporadiquement, lancée comme une marque d'infamie ou brandie comme un étendard, à propos des romans de Guy des Cars, des romanciers de l'École de Brive ou encore de la série policière du Poulpe. Somme toute et tant bien que mal, la locution s'est maintenue jusqu'à nos jours pour nommer tout le refoulé de la littérature officielle, ce qui révèle nettement qu'elle a plus valeur de marqueur canonique et axiologique que de

désignant générique.

La fiction de masse et les usages populaires ont toujours été occultés et stigmatisés par le discours dominant, qu'il soit politique, ecclésiastique, laïque et pédagogique, socialiste ou académique.

Au vrai, l'anathème et la proscription dans le hors-champ de l'infra-littérature et de la non-culture s'avèrent d'une stupéfiante stabilité depuis plus de cent-soixante ans, depuis l'invention du roman-feuilleton<sup>3</sup> jusqu'à aujourd'hui. Et la parenté des réquisitoires croisés du camp conservateur et du camp progressiste frappe pareillement, tant au niveau des arguments employés qu'à celui de leurs attendus et de leurs pré-supposés. Tous deux assimilent la littérature populaire à un dangereux « opium du peuple » et la lecture non distanciée à un glissement vers l'« entre-deux morts » de la folie. Assouvir fictionnellement ses fantasmes, ou du moins les exacerber par les sortilèges du récit, entraînait pour les catholiques le lecteur-pécheur (et surtout la lectrice-pécheresse !) vers l'oubli du salut de son âme, tandis que les spartiates progressistes du 19<sup>e</sup> siècle, puis les marxistes au 20<sup>e</sup> siècle y voyaient plutôt une amnésie de la conscience civique, une « mort » provisoire à la citoyenneté en quelque sorte.

Les racines de ce refoulement institutionnel sont de toute évidence socio-historiques, politiques et idéologiques. L'esthétique n'est en définitive qu'un alibi. La condamnation de ces « mauvais genres », dont le succès est construit sur les ressorts troubles de la passion, de la déraison, du sexe ou de l'effroi ne sont que paravent ou cache-sexe. Dans la société moderne née de la grande fracture révolutionnaire, ce qui se joue bien plus profondément c'est l'inquiétude sinon la répulsion des élites face aux conséquences politiques, sociales et culturelles de la démocratie, et notamment l'avènement irrésistible d'un large lectorat « illettré » au cœur de l'espace public grâce à la « révolution silencieuse » de l'alphabetisation de masse. À mauvais genres, mauvais lecteurs : la littérature mineure ne serait-elle pas celle que consomment ces lecteurs « mineurs » socialement et/ou idéologiquement que sont les enfants, les femmes et le Peuple, ce grand enfant,



2. Voir notamment Paul Bleton, *Ça se lit comme un roman policier. Comprendre la lecture sérielle*, Québec : Nota Bene, Études culturelles, 1999.

3. Voir pour une riche moisson *La Querelle du roman-feuilleton - Littérature, presse et politique, un débat précurseur (1836-1848)*, Textes réunis et présentés par Lise Dumasy, Grenoble : ELLUG, Université Stendhal, 1999, passim. Cette anthologie inclut en particulier le texte intégral de l'article célèbre de Sainte-Beuve « De la littérature industrielle », paru dans *La Revue des Deux Mondes* du 1<sup>er</sup> septembre 1839.

**POPULAIRE** (popylas) adj. — populaire » ; lat. popularis  
 1. Qui appartient au peuple, émane du peuple. La volonté  
 populaire. « Les politiques grecs qui vivaient dans le gousser-  
 nement populaire » (Montesq.). → démocratisation. Démocraties  
 populaires. → socialiste. République populaire de Chine.  
 Insurrection, manifestation populaire. Front populaire : union  
 des forces de gauche (communistes, socialistes, etc.). Les  
 masses populaires. 2. Propre au peuple. Croissance, traditions  
 populaires. Le bon sens populaire. — us. Qui est créé, employé  
 par le peuple et n'est guère en usage dans la bourgeoisie  
 et parmi les gens cultivés. Mot, expression populaire.  
 Étymologie\* populaire. — Qui était connu de tous. Latin  
 populaire ⇒ vulgaire. Forme populaire et forme savante (ex.  
 frère et fragile). ♦ A l'usage du peuple (et qui en émane ou  
 non). Roman, spectacle populaire. Chansons populaires. Art  
 populaire ⇒ folklore. 3. Qui s'adresse au peuple.  
 « Vous ne devez pas avoir de succès comme orateur populaire »  
 (Maurits). ♦ Qui se recrute dans le peuple, que fréquente  
 le peuple. Milieux, classes, couches populaires. « Ils ont trouvé  
 une nouvelle formule : travailler pour une clientèle franche-  
 ment populaire » (Romain). Origines populaires. → plébien.  
 Quartier populaire. Bal populaire. Soupe\* populaire. 4. (1288)  
 Qui plaît au peuple, au plus grand nombre. Henri IV était  
 un roi populaire. Un chanteur très populaire. Mesure popu-  
 laire. « Hoffmann est populaire en France, plus populaire qu'en  
 Allemagne » (Gaut.). 5. sav. vs Le populaire : le peuple.  
 ♦ CONTR. Savant. Impopulaire.

Extrait du *Petit Robert*.

me ont fait l'apanage des filles d'Ève ? Sans conteste, c'est bien d'un rapport conflictuel des élites à un peuple appréhendé comme primitif et immature, et néanmoins consacré comme principe spirituel de la démocratie, que procèdent les réquisitoires contre des fictions jugées insanes, corruptrices et mystificatrices.

### Littérature ou littérature ?

Si la distinction littérature/littérature populaire se rigidifie et se fait plus véhémente au fil du 19<sup>e</sup> siècle, en même temps que les deux circuits de production deviennent de plus en plus distincts et symboliquement antagonistes au sein du champ littéraire, c'est aussi parce que d'une part la Littérature a besoin de son Autre pour affirmer son identité et son existence, et que d'autre

si prompt à se laisser dominer par la déraison, « la folle du logis » et l'hystérie, trois attributs dont des siècles de judéo-christianisme

part la littérature, dans ses usages sociaux, assume de plus en plus le rôle d'un vecteur de distinction socioculturelle, car elle permet de reconstituer un espace symbolique protégé valorisant la singularité du lettré face à la multitude. En se démarquant de l'« universel reportage » selon la formule fameuse de Mallarmé, donc des récits destinés aux foules avides de sensationnel et d'illusion référentielle, la Littérature consacrée érige ainsi en critères discriminants, socialement comme esthétiquement, la non-compromission de la « création » littéraire avec la « production » de la « Littérature industrielle », qui affiche trop sa porosité à l'égard de la trivialité marchande et exploite le filon de la sérialité.

Cette abrupte dichotomie de la Littérature à majuscule et de la roturière « littérature populaire » ne semble plus guère pertinente aujourd'hui, surtout lorsqu'on considère l'hybridation généralisée, sur le plan générique comme sur le plan médiatique, qui affecte les récits fictionnels que nous consommons dans de multiples supports écrits et audiovisuels. Du reste, c'est probablement la notion même de « littérature » qui ne sortira pas intacte du bouillon de culture mass-médiatique du 21<sup>e</sup> siècle... ■

## Le mot pour le dire : « culture populaire »

Du *peuple élu* aux *élus du peuple*, du *vain peuple* de Voltaire à *la puissance du peuple* de Mirabeau, on voit que *peuple* peut dénoter le tout ou la partie. Tantôt c'est toute la *population*, celle du registre, tantôt les gens du *peuple*, voire la *plèbe* ou la *populace*. Ici le mot accepte le dessus du panier, là-bas il n'en retient que la panse et le fond. *Populaire* suit cette logique, avec toutefois un net penchant pour le tout venant qui fait nombre. Lorsque le droit de vote n'est plus réservé aux gens fortunés, mais s'étend à la *population* entière, il est *populaire* au sens premier. Mais quand on vise l'électorat de condition modeste, et dès lors de masse, comme le fit le *Front populaire*, c'est le second qui prime. Dans les deux cas pourtant, on ne devient l'*élu(e) du peuple* qu'à condition d'obtenir sa faveur, d'être *populaire*. Seuls échappent à cette exigence les états autoproclamés *populaires*, ceux dont les dirigeants n'ont plus besoin de l'être, les élections ayant été abolies.

*Populaire* exprime donc souvent ce qui est étranger à la classe dirigeante, cultivée ou aisée. C'est le cas quand *bal*, *croissance*, *expression*, *quartier*, *soupe*, etc. sont nommés ainsi. Quand il définit la *culture*, un choix s'offre entre deux acceptions, selon que *populaire* renvoie au *peuple* comme source ou comme cible. Dans un cas, les biens culturels, ou qui sont perçus tels (cf. *Louvain*, N° 118), sont mis à la portée du plus grand nombre. En France, le *Théâtre National Populaire*, de Copeau à Vilar, fut de cette mouvance. Dans l'autre cas, *culture populaire* s'entend comme l'ensemble des productions artistiques, esthétiques, spirituelles ou sociales émanant du *peuple*. Cela va des chants et légendes aux dictons et devises, des fêtes et foires aux 24 heures et halloween, des cortèges et processions aux « parades », sans oublier les modes vestimentaires, culinaires et capillaires. Bref, tout ce qui naguère relevait du *folklore* (entendez science du peuple), mais à quoi s'ajoute désormais, vu la « société des loisirs » et les « mass media », un spectre large (voire menaçant !) de divertissements télévisés et téléguidés. En ce sens, qui dit *culture populaire* dit consommation de masse. Quand un *peuple* est gavé de pain et de jeux du cirque, de « rave parties », de décibels à la pelle et de concerts psychédélics, la *culture* devient un commerce qui peut rapporter gros. Et quand un slogan publicitaire vous dit : « Parce que vous le valez bien ! », de qui se moque-t-on, du *peuple* comme tout ou comme partie ? (Maurits Van Overbeke)

# De la culture populaire au patrimoine immatériel

GÉRARD DERÈZE

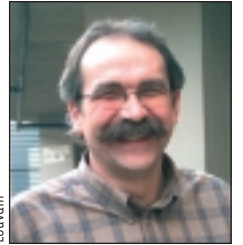
Marcel Mauss, dans le *Manuel d'ethnographie* publié en 1926, notait que « traditions », « croyances », « religion », « superstitions »... « populaires » étaient des « notions très vagues ». Ce constat mettant en évidence le flou de la notion de « populaire » rejoint le manque de précision, probablement constitutif, de la définition de l'objet du folklore: la « culture populaire ».

Pareillement à la notion d'art populaire qui apparaît en Europe au 18<sup>e</sup> siècle, le folklore, dans un contexte historique spécifique, institue le peuple en sujet de l'histoire et en objet de recherche. Les arts et traditions populaires sortent peu à peu de l'illégitimité, entre autres politique et religieuse. Les traditions populaires qui furent longtemps envisagées comme des errements de l'esprit humain deviennent progressivement un objet digne d'intérêt social et scientifique. La culture populaire se trouve ainsi prise en compte. Les collectes (d'objets, de contes...) s'organisent et des institutions muséales spécifiques naissent un peu partout à la fin du 19<sup>e</sup> siècle.

Cependant la multiplication des initiatives et la reconnaissance progressive de l'intérêt scientifique ne lève pas l'ambiguïté sémantique. Que

*Depuis que le folklore et l'ethnologie ont été institués comme disciplines, la notion de « populaire » a toujours été centrale dans la définition même de l'objet de leurs approches. Notre propos est de montrer comment une évolution terminologique reflète des changements relevant à la fois d'une ouverture disciplinaire et d'une volonté d'intervention politique.*

recouvre, qu'englobe la culture populaire? Une culture paysanne ou rurale, une culture des campagnes françaises ou (chez nous) wallonnes, une culture régionale ou locale, une culture des terroirs, une culture liée à une langue...? De façon générale, de nombreux folkloristes et ethnographes de l'époque se rallient à la « définition attribuée à Mauss: est populaire tout ce qui n'est pas officiel. Le "non officiel" renvoie, dans le cadre d'une sociologie durkheimienne, à des courants souterrains de la vie sociale ou à des faits collectifs faiblement cristallisés dans des institutions »<sup>1</sup>. Ainsi, comme le note Florence Weber, la création, quelques années avant la Seconde Guerre mondiale, du Musée national des Arts et Traditions Populaires (à Paris), veut promouvoir l'étude scientifique de la société française contemporaine, dans ses aspects les moins officiels, les plus populaires, les plus quotidiens.



Louvain

Gérard Derèze est ethnologue. Il est professeur au Département de communication de l'UCL.



Louvain

Fête de la Laetare à Stavelot. Les Blancs-Moussis sont parmi les figures les plus populaires du folklore wallon.

1. Weber Fl., *L'ethnologie et l'État en France, des années Trente aux années Cinquante*, texte non publié.



« Le folklore scientifique » ou « l'ethnographie folklorique » va alors privilégier – selon les orientations de recherche parfois conflictuelles – les modes de création collective et de transmission orale, les survivances qui semblent être des traces archaïques menacées par le procès d'industrialisation ou encore les œuvres et les coutumes du « petit peuple ».

### Nouvelles formes

Avec l'implantation et le développement des approches ethnologiques dans nos pays européens, la perspective s'élargit au monde industriel et urbain. « Les légendes et croyances de nos ancêtres ont pris de nouvelles formes : les feux-fol-

lets se sont transformés en soucoupes volantes et le diable, qui jadis venait enlever les jeunes filles, s'insinue maintenant, dit-on, dans la musique de certains groupes rock. Par ailleurs les ethnologues s'intéressent à des phénomènes on ne peut plus contemporains : les activités commerciales, l'habitation, l'alimentation, l'urbanisation, etc. »<sup>2</sup>

Dans cet environnement disciplinaire élargi et à côté de préoccupations ethnologiques radicalement contemporaines, une orientation de recherche centrée sur le sentiment d'urgence et le « sauvetage » demeure vivante. Pour les tenants de cette voie revivaliste, l'ethnologue est alors « le dernier à pouvoir dire : "telle pratique, telle croyance, tel objet ou tel savoir ont existé ; telle parole a été proférée..." dont nulle archive officielle ne conservera la trace. [...] Du point de vue de la connaissance, la justification est toujours la même : il faut s'empresser d'aller "recueillir à la source" ce qui deviendra peut-être "source" pour les chercheurs du futur, telle est notre responsabilité historique. Mais cette option unanime a pour effet une sélection tacite et insidieuse des sujets d'étude : on penchera plutôt vers une ethnographie des œuvres, en donnant à ce dernier terme son sens le plus large. Objets de la vie quotidienne, savoirs, outils et produits du travail, habitats et sites, arts "populaires", musique et littérature orale... sont toujours les premiers élus car leur description externe, leur dénombrement et donc leur capitalisation patrimoniale sont immédiatement concevables. Dans cette logique d'inventaire, l'objet de l'ethnologie se confond avec une liste d'objets empiriques, certes tou-

jours croissante – les choses de l'industrie se sont ajoutées récemment aux choses de la vie rurale – mais selon le même principe »<sup>3</sup>.

Même si certains discours « sur la société rurale, et sur la culture "traditionnelle" qui en serait l'expression, tendent à s'organiser en de véritables systèmes de mythes qui s'articulent autour de quelques thèmes s'attachant au passé, parmi lesquels ceux de l'âge d'or et du paradis perdu tiennent sans doute une place essentielle »<sup>4</sup>, c'est en tant que productions culturelles, identitaires et symboliques que la plupart des ethnologues tentent aujourd'hui d'étudier ces discours. Ces derniers ouvrent très largement le champ, toujours flou, du populaire aux mouvements et soubresauts de notre monde actuel.

Pour la mission du Patrimoine ethnologique (qui a joué, en France<sup>5</sup>, un rôle important ces vingt dernières années dans le développement des recherches souvent dénommées d'« ethnologie du proche »), le « patrimoine ethnologique d'un pays est constitué par l'ensemble des faits sociaux et culturels qui fondent l'identité de chaque groupe et communauté, permettant de les différencier les uns des autres (savoirs intellectuels et techniques, représentation du monde, organisation sociale...) ».

### Patrimoine « vivant »

On peut certes être effrayé par « l'ampleur grandissante des objets nouvellement investis d'une valeur patrimoniale. On a parfois l'impression d'un élargissement à l'infini »<sup>6</sup>, entre autres, avec ce que Daniel Fabre appelle la troisième amplification, à savoir « celle qui conduit de la pierre au vivant ». Dans le mouvement de cette amplification apparaît une nouvelle notion, le « patrimoine vivant ». Ce concept vise à identifier l'ensemble des traditions ou pratiques sociales inscrites dans la vie quotidienne d'une communauté qui est soutenue par l'action de personnes dépositaires et relais de la transmission, qui caractérisent et construisent ainsi son identité culturelle. Ce patrimoine vivant peut être investi ethnologiquement dans deux perspectives majeures. La perspective statique tente de sauver les vestiges menacés d'une société en voie de disparition, tandis que la perspective dynamique propose que les objets étudiés (fêtes, pratiques, manifestations...) ne soient « plus traités comme des survivances de faits anciens qui se seraient abâtardis, mais au contraire comme

## Les traditions populaires furent longuement envisagées comme des errements de l'esprit humain.

2. *L'ethnologie au Québec*, Ministère des Affaires culturelles, 1987.

3. Fabre D., *L'ethnologue et ses sources*, Terrain, n° 7, Paris, octobre 1986, p. 4.

4. Collomb G., *Parler folklore : les fêtes au village en Savoie*, Cahiers internationaux de sociologie, vol. LXVIII, 1980, p. 84.

5. En France, la mission du Patrimoine ethnologique a été créée en 1980. Elle vient d'être rebaptisée « Mission à l'Ethnologie » par un arrêté du 15 mai 2003.

6. Fabre D., « Conclusions de la journée du 7 janvier » in Le Goff J. (sous la présidence de), *Patrimoine et passions identitaires*, Paris, Fayard - Éditions du patrimoine, 1998, p. 291.

l'expression contemporaine de représentations conflictuelles des identités [...] et des groupes sociaux qui l'investissent »<sup>7</sup>.

Selon les termes du communiqué final de la Déclaration adoptée à Istanbul par les États participant à la table ronde de l'Unesco les 16 et 17 septembre 2002, « le patrimoine culturel immatériel constitue un ensemble vivant et en perpétuelle recréation de pratiques, de savoirs et de représentations, qui permet aux individus et aux communautés, à tous les échelons de la société, d'exprimer des manières de concevoir le monde à travers des systèmes de valeurs et des repères éthiques. [Il comprend] les traditions orales, les coutumes, les langues, la musique, la danse, les rituels, les festivités, la médecine et la pharmacopée traditionnelles, les arts de la table et les savoir-faire ». Ce patrimoine est « l'affirmation d'une culture traditionnelle et populaire et le garant de la diversité culturelle. Il est, en raison de sa précarité, soumis au risque de disparition; d'où l'enjeu des inventaires, des travaux de recherche et d'études et de sa valorisation permanente »<sup>8</sup>.

Chez nous, dans l'exposé des motifs du projet de décret<sup>9</sup> relatifs aux biens culturels mobiliers et au patrimoine immatériel de la Communauté française, on pouvait lire: « La culture traditionnelle et populaire, qui fait partie du patrimoine universel de l'humanité, est un puissant moyen d'affirmation de l'identité culturelle des différents peuples et groupes sociaux et constitue la source principale de la création contemporaine. Vu l'extrême précarité des formes de la culture traditionnelle et populaire, en particulier celles qui se rattachent à la tradition orale, et le risque de les voir disparaître, il convient de reconnaître pleinement leur rôle et d'agir pour les protéger des menaces dont elles sont l'objet. »

Corrélativement, la dénomination de « trésors vivants » est apparue et elle fait l'objet d'une reconnaissance officielle. « Les "trésors vivants" sont des individus ou des collectivités qui exercent des activités d'une valeur remarquable sur le plan culturel, utiles pour l'exercice d'un art majeur, caractéristiques d'un mode de vie, d'une localité, d'un style. Le statut de "trésor vivant" est assorti de mesures permettant de perpétuer les techniques, savoirs et pratiques d'intérêt ethnologique et d'assurer leur transmission par la formation de nouveaux détenteurs, ainsi que la connaissance scientifique détaillée »<sup>10</sup>.

En regard des dispositions politiques actuelles, on est en droit de se demander si la « labellisation

patrimoniale » de manifestations » et si l'accumulation d'objets et d'œuvres de toutes sortes « comme autant de témoignages d'un passé révolu ou d'une culture laminée »<sup>11</sup> relève davantage d'une véritable tentative de compréhension ethnologique ou plutôt d'un projet de valorisation revivaliste où la nostalgie s'érige en principe majeur de la conservation. En d'autres mots, les usages politiques, sociaux et scientifiques de la notion de « populaire » peuvent parfois être comme la notion elle-même: peu clairs, multiples, parfois contradictoires ou ambigus.

D'une façon générale, on peut soutenir l'idée que l'action scientifique, sociale (ou culturelle) et politique pour la connaissance et la sauvegarde du patrimoine vivant appelle une éthique de la sauvegarde. C'est dans cette perspective de responsabilisation que Jacques Le Goff a lancé « un appel à une moralisation des passions patrimoniales et identitaires, à la constitution d'une éthique des passions »<sup>12</sup>.

### Une conception du monde

En conclusion, il nous paraît que le passage de la notion de « culture populaire » à celle de « patrimoine vivant » et « immatériel » ne lève en rien l'ambiguïté. En effet, avec l'ethnologue Denis Cercllet, « nous pensons que le patrimoine n'est qu'une idée à travers laquelle nous exprimons une certaine conception du monde. Cela signifie que ce n'est pas en analysant l'objet que l'on saura si l'on peut dire de lui que c'est du patrimoine mais en interrogeant ceux qui font exister cet objet comme du patrimoine. Le patrimoine ne leur est pas donné; c'est eux et nous, en tant que membres d'un groupe social, qui le construisons. Nous interprétons ces "objets" [matériels ou immatériels] en leur reconnaissant certains signes et symboles qui les rattachent à une [dimension] patrimoniale. Nous pénétrons ainsi dans l'univers des stratégies sociales car, lorsque nous désignons un "objet" comme patrimonial, nous projetons sur lui le passé d'un groupe social, que nous le revendiquons comme le nôtre ou que nous nous en distinguons »<sup>13</sup>. ■



Indiens d'Amazonie appartenant au groupe des « Cinta larga » (larges ceintures). Ils détiennent sans conteste une partie du patrimoine culturel immatériel de l'humanité, au sens où l'entend l'Unesco.

7. Cuisenier J., Segalen M., *Ethnologie de la France*, Paris, PUF, 1986, p. 87.

8. « La protection du patrimoine immatériel », [www.ladocumentationfrancaise.fr/dossier\\_polpublic/patrimoine/preservation\\_patrimoine](http://www.ladocumentationfrancaise.fr/dossier_polpublic/patrimoine/preservation_patrimoine)

9. Le décret relatif aux biens culturels mobiliers et au patrimoine immatériel de la Communauté française date du 11 juillet 2002 et a été publié au Moniteur le 24 septembre 2002.

10. Chiva I., « Le patrimoine ethnologique: l'exemple de la France », *Encyclopædia Universalis - Symposium*, Tome I, 1990, p. 241.

11. Fabre D., « L'ethnologue et ses sources », *op. cit.*, p. 11.

12. Le Goff J., *op. cit.*, p. 435.

13. « Entretiens avec Denis Cercllet », *Les reflets du patrimoine*, <http://www.cmtra.org/entretiens/>

# Études culturelles et culture populaire

JAN BAETENS

*La culture populaire et la culture contemporaine semblent être devenues des termes interchangeables. Les « études culturelles », une discipline née dans le but explicite de défendre la culture populaire, montrent que cette identité apparente ne doit pas faire oublier les rapports de force qui se cachent derrière la valorisation du populaire.*



Jan Baetens est professeur à l'Institut d'études culturelles de la KU Leuven, où il s'intéresse entre autres aux rapports entre culture d'élite et culture populaire ainsi qu'aux multiples échanges entre mots et images. Il est l'auteur de plusieurs volumes sur la bande dessinée, le roman-photo, les *cultural studies*.

## La culture populaire n'existe pas

Nées en Grande-Bretagne dans les années 1950 dans le sillage de la démocratisation émergente de l'enseignement, les « études culturelles » (*cultural studies*) ont redéfini radicalement notre conception de la culture. Au lieu de limiter la culture aux goûts de l'homme cultivé, elles ont imposé une approche plus anthropologique des phénomènes culturels, définis comme l'ensemble des pratiques symboliques et matérielles d'une société. Plus concrètement, elles s'attachent à décrire les manières dont les hommes donnent un sens à ce qu'ils vivent. C'était ouvrir la voie à l'étude sérieuse et non paternaliste de la culture populaire, même si dans un premier temps les notions de culture populaire et de culture ouvrière se chevauchaient insensiblement.

Très vite, les études culturelles ont formulé la thèse que ces significations n'ont rien de naturel ou d'immuable, mais qu'elles sont « construites » sous la forme de *représentations*, c'est-à-dire de symbolisations d'un rapport au réel (que les hommes reçoivent et subissent en même temps qu'ils les modifient). Variables dans le temps, ces

représentations divergent aussi synchroniquement : plusieurs représentations concurrentes circulent, ce qui ne veut pas dire qu'elles sont identiques. Comme toujours certaines sont plus égales que d'autres et suivant les

rapports de force entre les groupes dont émanent ces représentations, les unes seront dominées et les autres, dominantes. Dans les sociétés modernes, ces rapports ne passent plus par la force brute, qui pousserait les représentations dominantes à censurer les représentations dominées, mais par des stratégies plus subtiles. Les représentations dominantes sont alors celles qui

arrivent à se faire accepter par le plus grand nombre comme « naturelles » et « évidentes », voire comme « universelles ». Les études culturelles en déduisent un programme : analyser comment la structure des représentations cache autre chose, à savoir des rapports de force d'une grande inégalité, puis proposer des alternatives à des structures culturelles qui puissent faire entendre la voix des groupes dominés.

Le grand intérêt des études culturelles n'est pas d'avoir plaidé la cause de la culture populaire (bien d'autres l'avaient fait avant elles), mais d'avoir montré que la culture populaire n'existe pas et que les manières d'en parler sont tout sauf innocentes. En effet, pour les études culturelles on ne peut connaître la culture populaire qu'à travers les représentations qui s'en donnent. Ensuite parce que ces représentations de la culture populaire ne sont jamais construites de l'intérieur : ceux qui « vivent » la culture populaire ne sont jamais ceux qui en (re)construisent la représentation. Depuis qu'on parle de culture populaire (grosso modo depuis l'industrialisation de la seconde moitié du 18<sup>e</sup> siècle), c'est toujours de l'extérieur qu'on en parle, que ce soit pour en donner une image idyllique et pastorale ou pour en dénoncer les turpitudes et les dangers. Cependant, l'enjeu politique de ces discours est toujours le même : minimiser autant que possible l'importance de la culture ouvrière qui commence à se manifester au moment de l'industrialisation et dont les caractéristiques majeures (goût du divertissement, appel aux instincts les plus « bas ») menacent les évidences de la culture dominante.

## La culture populaire comme résistance

Comme le projet des études culturelles est en Grande-Bretagne un projet politique, on s'efforce de montrer que la culture populaire est une culture de résistance. D'abord contre la culture dominante de l'élite sociale, qui se trouve refusée en bloc. Ensuite contre la culture marchande des mass-médias. Autant que l'abus de la culture d'élite, les premiers porte-parole du mouvement

*L'intérêt des études culturelles est d'avoir montré que la culture populaire n'existe pas.*



dénonçaient en effet l'influence maléfique de la culture de masse venue d'outre-Atlantique. La plus grande menace pour la survie et le développement de la culture ouvrière n'était pas le mépris des couches « supérieures » de la société, mais le nivellement et l'esprit de consommation suscités par les produits commerciaux des industries culturelles américaines. Hoggart, par exemple, dont *La culture du pauvre* (une étude mi-anthropologique mi-autobiographique de la culture ouvrière des années 20 et 30 publiée en 1957) passe pour le premier manifeste des études culturelles, n'a pas de mots assez durs pour l'introduction du juke-box dans les pubs, qui se traduit par l'érosion du chant en commun et de toutes les valeurs sociales y relatives.

Cette résistance est surtout pensée au niveau de la *réception* des produits de la culture de masse. Refusant le facile clivage des médias manipulateurs et du public manipulé, les tenants des *cultural studies* mettent au point un système d'analyse qui permet de rendre compte de la diversité réelle de la réception des produits de la culture de masse, que l'on peut accepter, rejeter, ou se réapproprié en donnant une signification nouvelle aux sens que proposent ou insinuent ceux qui contrôlent les mass médias et la société de consommation qui s'y appuie.

Un exemple célèbre de réappropriation a été donné par Richard Dyer, dont les études de *musical* critiquent sérieusement l'interprétation traditionnelle de ce genre cinématographique comme exemple-type de la sous-culture de l'évasion et du lavage de cerveau. Insistant sur ce que le divertissement a d'utopique, Dyer parvient à revaloriser fortement le genre, y compris sur le plan politique. Des analyses comparables seront faites pour les *soaps*, les romans Harlequin ou encore les messages publicitaires. Dans tous les cas, la culture populaire y apparaît comme une force susceptible de se jouer des messages et des significations qu'on cherche à lui imposer.

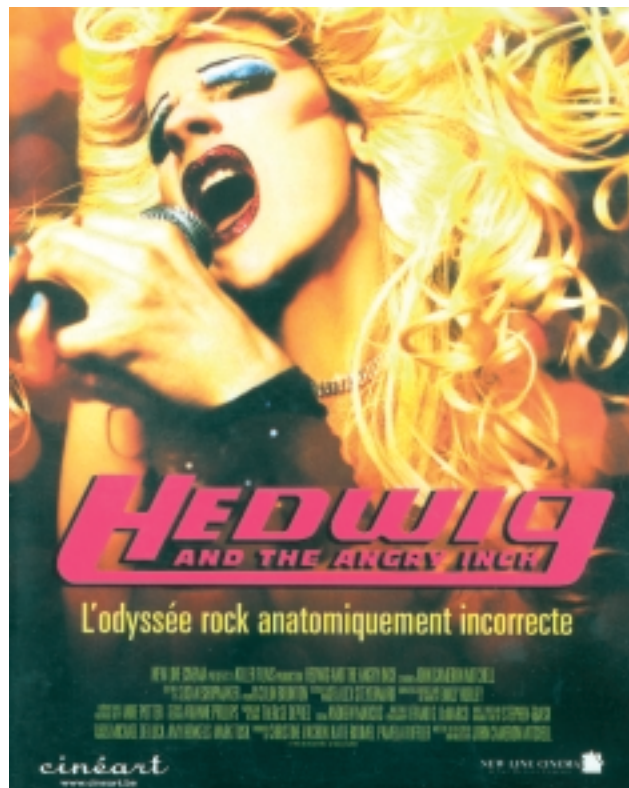
À mesure que les études culturelles s'installent comme discipline en Grande-Bretagne, l'identification implicite ou explicite de la culture populaire à la culture ouvrière devient de plus en plus problématique. Tout comme la culture d'élite à laquelle elle résiste à bien des égards, la culture ouvrière est en effet souvent une culture machiste (et partant sexiste), « blanche » (et partant raciste) et homophobe. Or, les années 60 et 70 voient naître de nouvelles formes de contestation sociale, dont le vecteur principal n'est plus tellement

celui de classe sociale, mais celui de la triade *sex, gender, race*: les mouvements féministe, homosexuel, antiraciste vont peser de plus en plus sur la manière d'envisager les rapports entre dominant et dominé. Sur ce plan, l'apport des études culturelles *made in USA* va s'avérer décisif.

### De la culture du melting pot à la culture arc-en-ciel

Aux États-Unis, les premières études culturelles prolongent certes les a priori anti-élitistes des *cultural studies* à l'anglaise, mais elles s'en distinguent aussi sur un point très précis. Contrairement aux chercheurs européens, Adorno et Horkheimer en tête, les Américains ne sont en règle générale guère sensibles aux méfaits réels ou supposés de la culture de masse, c'est-à-dire des industries culturelles. Au contraire, la culture de masse est souvent vue comme une culture démocratique, vivante, libre, bref une culture à l'image (de soi) de l'*homo americanus*. La culture

*La dénonciation du populisme pourrait dissimuler une dénonciation autre et plus ancienne : celle de la culture populaire elle-même.*



Le film *Hedwig and the angry inch* est représentatif de cette forme de culture contestataire affirmant une identité différente.

américaine du *melting pot* semblait mieux accepter (pour mieux les absorber, pour mieux les éliminer?) les différences culturelles que les cultures européennes, apparemment plus monolithiques. Les attaques récurrentes lancées contre Hollywood, par exemple, seront dénoncées à leur tour comme le reflet d'une mentalité « eurocentrique » (sous-entendu : inégalitaire, voire antidémocratique). S'ils véhiculent incontestablement des représentations nocives aux intérêts et à l'intégrité des groupes dominés de la société, les mass-médias ne sont pas comme tels tenus pour responsables de ces images.

Cela ne rend pas la réaction contre ces images et les rapports de force qu'elles masquent ou renforcent moins violents. Dans le sillage du féminisme, du mouvement pour les droits civils et des luttes pour la reconnaissance des droits des homosexuels, les études culturelles changent radicalement d'orientation (pour s'en rendre compte, il suffit de comparer les tables de matières respectives des deux anthologies principales dans le domaine des études culturelles, celle de Doring et celle de Grossberg). Le changement principal concerne le sens de « populaire » : la notion de *classe sociale* s'efface de plus en plus au profit de la notion de *minorité* et de *communauté* (c'est un peu cette vaste mosaïque que couvre de nos jours l'étiquette de culture arc-en-ciel). De plus, l'idée traditionnelle de l'étude des représentations est rempla-

cée de plus en plus par la démarche militante des groupes concernés, qui vont réclamer, puis prendre la parole eux-mêmes et donner voix à leurs revendications en assumant (entendez en affichant) des modes de vie longtemps refoulés. De plus en plus, la représentation culturelle tend à être vécue sur le mode de l'*autoreprésentation*. L'aspect le plus visible, car le plus récent, est le glissement des études culturelles aux études *queer*, qui radicalisent la défense de l'homosexualité en brouillant la frontière même de l'homo et de l'hétéro.

### Un parent pauvre ?

Les études culturelles sont devenues un véritable paradigme, un modèle dominant dans l'analyse culturelle contemporaine, surtout dans le monde anglo-saxon. On peut toutefois se demander, et beaucoup de critiques se posent en effet cette question, si cette explosion de la discipline a bénéficié à la culture populaire proprement dite. Certes, le mépris de la culture non légitime semble avoir disparu de nos sociétés postmodernes et la culture de masse a cessé d'être dépréciée au seul profit de la culture d'élite. Il n'empêche toutefois que les inégalités résistent elles aussi, jusque dans une société que le goût populaire paraît imprégner et dominer à tous les niveaux.

Un symptôme certain en est la critique de la culture de masse comme *populiste*, c'est-à-dire comme antidémocratique, non tolérante et totalitaire. Qu'il y ait un rapport possible entre certaines formes de culture populaire et certaines formes de populisme est tout à fait possible. Reste à savoir qui énonce un jugement pareil, car la dénonciation du populisme pourrait bien dissimuler une dénonciation autre et plus ancienne, celle de la culture populaire elle-même. Une remarque analogue pourrait se formuler au sujet de la culture « omnivore », que certains considèrent comme le *nec plus ultra* du dépassement postmoderne de la rupture entre culture d'élite et culture populaire. Or, comme l'a bien souligné l'inventeur de l'étiquette, le sociologue américain Richard Peterson, la pluralité des goûts et la possibilité de tout combiner est justement une des stratégies les plus perverses par lesquelles le nouveau public d'élite se distingue d'un public populaire moins évolué, davantage enfermé dans un type de préférences culturelles. Ici encore, il convient de se souvenir de la grande leçon des études culturelles : à qui profite cet amour de la culture populaire ? ■

## Montrer ce qu'on veut être

Un bel exemple d'art populaire est le portrait photographique tel qu'on le pratique de nos jours en Afrique ou en Inde. D'un point de vue « artistique » (occidental, bourgeois), ces images ont le double tort de paraître « naïves » et de ne pas ressembler à des photographies, tellement y sont fortes la présence du décor (une toile peinte devant laquelle on fait poser ceux qui font tirer leur portrait) et celle des stéréotypes de la culture de masse (les gens qui se font photographier imitent par exemple les poses des vedettes du cinéma). D'un point de vue « populaire », ce genre d'images montre très bien que la forme d'une pratique médiatique correspond à des usages et des besoins sociaux très profonds et très originaux (en l'occurrence, il ne s'agit pas de montrer « ce qu'on est » mais « ce qu'on veut être ») et qu'elle aide à repenser les catégories dominantes (en l'occurrence l'idée que l'image photographique serait avant tout la trace du réel).