



Lutz Raphael: Les menaces des temps modernes. La politisation des dynamiques culturelles dans l'Europe de l'entre-deux-guerres, in: Francia 41 (2014), S. 225-238.

DOI: 10.11588/fr.2014.0.40749

Copyright



Das Digitalisat wird Ihnen von perspectivia.net, der Online-Publikationsplattform der Max Weber Stiftung – Deutsche Geisteswissenschaftliche Institute im Ausland, zur Verfügung gestellt. Bitte beachten Sie, dass das Digitalisat urheberrechtlich geschützt ist. Erlaubt ist aber das Lesen, das Ausdrucken des Textes, das Herunterladen, das Speichern der Daten auf einem eigenen Datenträger soweit die vorgenannten Handlungen ausschließlich zu privaten und nicht-kommerziellen Zwecken erfolgen. Eine darüber hinausgehende unerlaubte Verwendung, Reproduktion oder Weitergabe einzelner Inhalte oder Bilder können sowohl zivil- als auch strafrechtlich verfolgt werden.

LUTZ RAPHAEL

LES MENACES DES TEMPS MODERNES

La politisation des dynamiques culturelles dans l'Europe de l'entre-deux-guerres

Les nations européennes ont conservé des mémoires bien différentes de l'époque d'entre les deux guerres mondiales¹. Victoire ou défaite, guerres civiles ou stabilité politique marquent les pôles des expériences politiques. Les sorties de l'inflation de guerre et de la grande crise mondiale ont laissé des marques semblables, mais cependant différenciées, sur la mémoire collective des nations européennes. Mais partout les modes et les loisirs des années 1920 ou 1930, résumés sous l'étiquette «Années folles», imprègnent les mémoires collectives surtout par le biais de la télévision. Les tensions politiques et les crises économiques ne forment souvent que l'arrière-plan gris ou sombre d'une avant-scène où dominent les nouvelles pratiques culturelles, les innovations technologiques ou l'exaltation des modes. L'entre-deux-guerres nous apparaît comme la période de la percée des loisirs et d'une culture de masse dont les médias nous sont encore familiers aujourd'hui: le film sonore, les émissions de radio ou le disque².

Mais cette image nous fait oublier que, dans l'Europe de l'entre-deux-guerres, des polémiques intellectuelles, la propagande des partis politiques, des interdictions et des scandales scandaient la vie culturelle des nations. Conservateurs et progressistes, gauche et droite, jeunes et vieux se confrontaient ouvertement à l'occasion d'un nouveau film, de spectacles musicaux ou théâtraux, ou de l'inauguration de nouveaux bâtiments. Les «temps modernes» et leurs mœurs et divertissements firent l'objet de conflits qui mêlaient systématiquement des arguments politiques, moraux et esthétiques³. Les uns étaient des consommateurs enthousiastes des nouveaux programmes de cinéma, des spectacles de sport, tels les Six Jours cyclistes, les matchs de boxe ou de football. Le jazz électrisait une audience métropolitaine jeune. Dans le même temps, les autres étaient scandalisés par ces exemples d'une nouvelle «culture de masse», qu'ils mettaient en relation directe avec la dégradation des mœurs, un libertinage décadent ou l'influence néfaste de l'étranger sur la nation. Ainsi un critique de cinéma communiste français déclara en 1928: «Le cinéma consommé semaine après

1 Conférence annuelle de l'Institut historique allemand le 11 octobre 2013.

2 Cf. Hans VEIGL, Sabine DERMAN, *Die wilden 20er Jahre. Alltagskulturen zwischen zwei Weltkriegen*, Vienne 1999.

3 Pour les contextes plus larges de l'interventionnisme politique et du *social engineering* dans la vie quotidienne dans l'entre-deux-guerres, voir chapitre 4: *Moderne Zeiten und neue Ordnungen*, dans: Lutz RAPHAEL, *Imperiale Gewalt und mobilisierte Nation. Europa 1914-1945*, Munich 2011 (C. H. Beck Geschichte Europas. Beck'sche Reihe, 1987), p. 131-157.

semaine à petites doses est aussi dangereux que l'alcool⁴. Le jazz fut traité de musique de nègres, l'architecture fonctionnaliste moderne disqualifiée, car considérée comme l'expression d'un bolchevisme culturel, les spectacles sportifs qualifiés de culture superficielle, «sans âme», pour ne citer que quelques formules typiques qui revenaient partout en Europe.

Si l'on en croit certains indices, un peu partout en Europe, l'intensité des conflits à propos des dynamiques culturelles a sensiblement augmenté dans l'entre-deux-guerres. Les deux positions extrêmes, d'un côté les aficionados de la modernité, un groupe plutôt hétérogène, où se retrouvaient une grande partie des habitants des grandes villes, surtout les jeunes générations, les ouvriers et les employés, soutenus dans leur fascination par une minorité d'intellectuels et d'artistes dits d'«avant-garde». D'un autre côté, les critiques, qui venaient surtout des milieux d'enseignants, des autorités morales, tels les curés, les médecins, mais plus généralement des milieux conservateurs ou même libéraux des classes bourgeoises. Ils trouvaient une audience favorable parmi les habitants (surtout les plus âgés) des petites villes, des bourgades ou des villages. Comme avant 1914, les partis conservateurs et les Églises dominaient la scène des critiques. Et ils restèrent fermes dans leur attitude de rejet moralisateur des innovations commerciales concernant les loisirs. Nous voyons bien ici les continuités d'une critique qui s'était formée au début du siècle face aux dynamiques culturelles, surtout dans les grandes villes⁵.

Si l'on cherche à résumer la logique des critiques et des polémiques qui dominent avant la Grande Guerre, on peut identifier deux axes dominants: l'un était la dimension morale. Les nouvelles pratiques de loisirs furent interprétées en termes de comportements moraux, surtout en vue de la protection de la famille, du contrôle des désirs et du respect des hiérarchies et des traditions. Une deuxième dimension concernait l'éducation et la défense de la haute culture, affirmées par les instances officielles de l'État comme seule base d'une culture générale de masse⁶. Ces deux dimensions ne perdirent pas leur importance après 1918, mais cette importance relative fut amoindrie et leurs arguments transformés par l'essor d'une autre dimension, celle de l'identité nationale. Elle était alors beaucoup plus présente qu'avant 1914 et devint le facteur dominant pendant l'entre-deux-guerres.

4 Spartacus: le décret des »32«, dans: Spartacus, 15 avril 1928, n. 1, cité dans: Stefanie MIDDENDORF, *Massenkultur. Zur Wahrnehmung gesellschaftlicher Modernität in Frankreich 1880–1980* Göttingen 2009 (Moderne Zeit, 19), p. 234.

5 Cf. pour le cas français: *ibid.*, p. 51–173.

6 Sur les tendances et débats avant 1914, cf. Rosalind H. WILLIAMS, *Dream Worlds. Mass Consumption in Late-Nineteenth-Century France*. Berkeley, Oxford 1982; Daniel PICK, *Faces of Degeneration. A European Disorder, c. 1848–c. 1918*, Cambridge 1989 (Ideas in context); Susanna BARROWS, *Distorting Mirrors. Visions of the Crowd in Late-Nineteenth-Century France*, New Haven, Londres 1981 (Yale Historical Publications Series, 127); Kaspar MAASE, *Grenzenloses Vergnügen. Der Aufstieg der Massenkultur 1850–1970*, Frankfurt/M. 1997 (Europäische Geschichte), p. 16–114.

La commercialisation des loisirs

Quels étaient les enjeux nouveaux et anciens qui incitaient des acteurs bien divers à s'engager dans ce champ d'activités culturelles au sens large de l'entre-deux-guerres? La politisation ne se résuma pas à des querelles sur les bonnes mœurs et les risques et périls que constituaient les loisirs, mais elle donna naissance à des investissements durables des forces politiques dans ce domaine: l'organisation politique de la culture en devint l'expression typique. Avant d'aborder ces différentes réalisations politiques, j'aimerais dresser un bilan très sommaire et bref des dynamiques culturelles et de leurs préconditions technologiques et sociales.

Les nouveaux modes de vie et les nouvelles formes de loisirs profitaient des innovations techniques, qui offraient de nouvelles options quant à leur utilisation culturelle et commerciale. Une place éminente parmi ces innovations techniques revient à l'invention du cinéma sonore, introduit à partir de 1927. Il élargit encore une fois l'audience que le cinéma muet s'était créée depuis ses débuts, mais surtout à partir de la Grande Guerre⁷. Cette innovation offrit une seconde chance aux producteurs européens, qui avaient laissé une grande partie du marché, toujours en expansion, aux grandes entreprises hollywoodiennes. Le fait que la synchronisation des films américains n'ait pas bien fonctionné avant 1932 donna ainsi aux entreprises européennes la chance de s'établir de nouveau sur leurs marchés nationaux. Le cinéma continua son essor comme mass media de divertissement et resta le loisir favori des couches populaires. Les séances étaient à bon prix, et les programmes présentaient des films de tous genres. À Vienne, en 1933, une enquête montra que la moitié de la jeunesse ouvrière fréquentait les salles de cinéma quatre fois par semaine⁸. On trouve des chiffres comparables pour des villes aussi diverses que Moscou ou Hanovre. Le nombre de salles et de places augmenta sensiblement pendant l'entre-deux-guerres, la gamme des options allant de la simple salle de projection de province rurale aux grands établissements luxueux des métropoles. En 1934, l'Allemagne et la Grande-Bretagne disposaient de plus de 4900 salles de cinéma chacune. La France en avait 3900, l'Espagne et l'Italie entre 2500 et 2600 chacune⁹. Mais les réseaux les plus denses se trouvaient en Suède et en Tchécoslovaquie, qui comptaient respectivement 1100 et 2000 salles. Le répertoire des cinémas changea profondément après l'introduction des films sonores, mais il fut toujours dominé par des genres de divertissement: les comédies musicales, les films d'aventure, les grands drames attiraient le plus grand nombre de spectateurs.

La radio constitue le deuxième exemple. Le chemin qui allait de l'invention à la lancée d'un programme continu de diffusion radiophonique, puis à la mise en vente de postes de radio à bon marché était variable d'un pays européen à l'autre, mais dès le moment où un tel appareil était sur le marché, sa diffusion était rapide¹⁰. En

7 Sur l'histoire du cinéma, voir: Paul MONACO, *Cinema and Society. France and Germany During the Twenties*, New York 1976; Jeffrey RICHARDS, *The Age of the Dream Palace. Cinema and Society in Britain 1930–1939*, Londres 1984 (*Cinema and Society*).

8 Gunther MAI, *Europa 1918–1939*, Stuttgart, Berlin, Cologne 2001, p. 140.

9 Chiffres dans MAASE, *Grenzenloses Vergnügen* (voir n. 6), p. 301.

10 Asa BRIGGS, *The History of Broadcasting in the United Kingdom*, vol. 1: *The Birth of Broadcasting*, Londres 1995; Carsten LENK, *Die Erscheinung des Rundfunks. Einführung und Nut-*

Grande-Bretagne, la BBC commença son programme national en 1922, et deux ans plus tard 1 million d'appareils furent enregistrés; en 1939, le nombre était de 9 millions. En Allemagne, le nombre était de 2,1 millions en 1928 et doubla en cinq ans, en pleine crise économique. Ces chiffres ne donnent pas le nombre d'auditeurs réels, qui restait fluctuant, mais des enquêtes contemporaines concernant le cas britannique montrent qu'au moins 1 million de personnes écoutaient chaque émission et que les programmes les plus populaires étaient écoutés par 15 millions de personnes¹¹.

Un troisième exemple est fourni par les salles de danse ou *dancing halls*¹². La version contemporaine des discothèques était hautement appréciée par la jeunesse, mais aussi par les couples, surtout dans les grandes villes, où des établissements spécialisés offraient des soirées dansantes animées par des groupes musicaux. En Angleterre, 11 000 *dancing halls* et clubs dansants furent créés entre 1918 et 1925; toujours en 1925, plus de 30 000 orchestres de danse furent répertoriés en Allemagne¹³.

Enfin, il faut également mentionner les événements sportifs. Ceux-ci, qui attiraient toujours davantage de spectateurs, se propagèrent rapidement à travers l'Europe de l'entre-deux-guerres¹⁴. Cet essor fut favorisé par le nombre croissant de personnes qui pratiquaient ou avaient pratiqué activement un sport. Le milieu sportif assurait que le nombre de spectateurs pour les grands événements ne cessait de croître. Les trois disciplines les plus en vue étaient le football, qui s'établit comme la branche dominante en termes de popularité, suivi du cyclisme et de la boxe. Les grands matches de foot rassemblaient des foules souvent plus importantes que les manifestations politiques: le stade de Wembley, construit pour accueillir 126 000 spectateurs, restait le plus grand d'Europe; à Vienne, les matchs de l'équipe nationale autrichienne attiraient régulièrement plus de 40 000 spectateurs¹⁵.

Ces activités culturelles attiraient de plus en plus de personnes. Les nouveaux médias, tels le cinéma, la publicité et la presse, contribuaient toujours davantage à rendre compte des modes et des nouveaux spectacles. Ces images des temps modernes circulaient même là où ces pratiques culturelles n'étaient pas accessibles, causant désir ou espérance chez les uns, mais aussi peurs et haine chez les autres. L'amélioration des transports publics et privés élargissait le nombre de ceux qui entraient en contact avec les nouvelles offres commerciales de loisirs. Cette commercialisation croissante et incontrôlable des loisirs était la préoccupation majeure, mais aussi la principale source d'irritation des politiques. Les investissements dans ce secteur culturel et les rendements économiques s'expliquent facilement si l'on tient compte des change-

zung eines neuen Mediums 1923–1932, Opladen 1997; Konrad DUSSEL, Hörfunk in Deutschland. Politik, Programm, Publikum (1923–1960), Potsdam 2002.

11 Chiffres dans: MAASE, Grenzenloses Vergnügen (voir n. 6), p. 300.

12 André SALLÉE, Philippe CHAUVEAU, Music-hall et café-concert, Paris 1985 (Bordas spectacles); MAASE, Grenzenloses Vergnügen (voir n. 6), p. 117–120, 227–232; Heribert SCHRÖDER, Tanz- und Unterhaltungsmusik in Deutschland 1918–1933, Bonn 1990 (Orpheus, 58).

13 Chiffres dans MAASE, Grenzenloses Vergnügen (voir n. 6), p. 118.

14 Christiane EISENBERG, Massensport in der Weimarer Republik: Ein statistischer Überblick, dans: Archiv für Sozialgeschichte 33 (1993), p. 137–177; Noyan DİNÇKAL, Sportlandschaften. Sport, Raum und (Massen-)Kultur in Deutschland 1880–1930, Göttingen, Bristol CT 2013.

15 Sur le football: Christiane EISENBERG (dir.), Fußball, soccer, calcio. Ein englischer Sport auf seinem Weg um die Welt, Munich 1997 (dtv, 4709), p. 7–148.

ments sociaux qui les rendaient possibles en créant de nouveaux clients et consommateurs¹⁶.

Cette nouvelle «culture de masse»¹⁷, pour reprendre un terme de l'époque, profitait de l'accroissement des revenus et du temps libre pour les couches salariées. Sur-tout, l'augmentation, dans les services ou les bureaux, d'employés qui touchaient un salaire moyen élargissait le nombre de ceux qui prenaient goût à ces nouvelles formes de loisirs. Les cols blancs, femmes et hommes, des grandes villes, mais aussi les ouvriers furent les pionniers de ces pratiques culturelles nouvelles. La réduction du temps de travail hebdomadaire entre quarante et quarante-huit heures en moyenne leur donnait l'occasion d'utiliser ces offres de loisirs.

Dans une perspective comparative, le taux de salariés employés dans les secteurs des services et des administrations peut servir comme indice sommaire pour évaluer le poids relatif de cette clientèle des innovations culturelles dans les différentes régions et nations européennes. En 1930, le taux de plus de 20 % de salariés dans ce secteur ne fut franchi que dans une minorité de pays européens: les pays scandinaves (excepté la Finlande, toujours plus rurale), les îles britanniques, les Pays-Bas, la Belgique, le Luxembourg, la Suisse, l'Autriche, la France et l'Allemagne. La classe ouvrière urbaine représentait la deuxième classe sociale la plus visiblement touchée dans sa vie quotidienne par les nouvelles pratiques culturelles. Les améliorations matérielles concernant les ouvriers restaient plutôt limitées, mais les catégories des ouvriers qualifiés et des artisans gagnaient davantage et avaient des journées de travail plus courtes qu'avant 1914. Le samedi après-midi était souvent temps libre, et cette réduction de la semaine de travail élargissait la période de repos et de loisirs. Il en résulta que les événements sportifs, notamment le football, le cinéma ou le spectacle de variétés devinrent des plaisirs accessibles à ces couches aisées de la classe ouvrière.

Les controverses politiques

Comme nous venons de le voir, les dynamiques culturelles furent favorisées par la combinaison des innovations techniques, des inventions commerciales et des avancées sociales. Mais, durant l'entre-deux-guerres, les forces politiques intervinrent activement dans ces dynamiques, en changeant les directions, les formes et les contenus. Cette politisation peut être regardée et interprétée comme l'antipode de ce grand courant de commercialisation.

Les controverses politiques de l'époque tournaient autour de la dimension nationale des dynamiques culturelles. Pour les critiques, les nouvelles modes mettaient en cause le fondement même des nations, en détruisant les valeurs morales et les traditions de la population, d'une majorité qui était régulièrement désignée par le mot

16 Sur le développement des infrastructures urbaines, cf. Jean-Luc PINOL (dir.), *Histoire de l'Europe urbaine*, vol. II: De l'Ancien Régime à nos jours. Expansion et limite d'un modèle, Paris 2003, p. 235–269; Friedrich LINGER, *Metropolen der Moderne. Eine europäische Stadtgeschichte seit 1850*, Munich 2013 (*Historische Bibliothek der Gerda Henkel Stiftung*), p. 319–385.

17 Concernant les débats sur le terme en France: MIDDENDORF, *Massenkultur* (voir n. 4), p. 175–178; sur l'Allemagne, cf. Karl Christian FÜHRER, *Auf dem Weg zur »Massenkultur«? Kino und Rundfunk in der Weimarer Republik*, dans: *Historische Zeitschrift* 262 (1996), p. 739–781.

»peuple«¹⁸. L'identité nationale semblait menacée par des formes culturelles qui se présentaient ouvertement comme internationales (telles les avant-gardes en architecture et dans l'art) ou des produits commerciaux en provenance de l'étranger, surtout des États-Unis. Un fonctionnaire français écrivait en 1929 dans un commentaire juridique: »On vit, on danse, on s'habille, on se rase, on s'embrasse même à l'américaine. La tradition française n'aurait pas dû disparaître«¹⁹. Ces produits – les films de Hollywood, le jazz et le *dancing hall* – risquaient de remplacer une culture populaire autochtone, dont les défenseurs exaltaient les vertus et qu'ils qualifiaient comme autant de bastions d'un bon patriotisme. Le folklore devait servir de contre-poids, brandi comme un bouclier contre les menaces de la civilisation urbaine. *Überfremdungssängste*, ce mot allemand intraduisible, exprimait bien les peurs d'infiltration, de transformation culturelle par l'étranger²⁰.

C'est la raison pour laquelle les programmes musicaux des *dancing halls* et des salles de danse devinrent des objets de polémiques politiques: de longue date, le nombre croissant de ces établissements avait inquiété les moralisateurs, mais les choix musicaux des années 1920 et 1930 mettaient en rage les nationalistes et conservateurs. Beaucoup d'orchestres de danse changeaient leur répertoire et s'adaptaient aux modes nouvelles en jouant du »jazz«, ce qui voulait dire le plus souvent qu'ils s'habillaient en frac multicolore, noircissaient leurs visages et jouaient des fox-trot, des charlestons ou des shimmys. De tels spectacles de musique »noire« ou »nègre« provoquèrent un scandale parmi les observateurs de cette nouvelle vague. La subversion de la culture de la race blanche par les modes en provenance d'Amérique, soutenue par des intellectuels de gauche, mobilisa les défenseurs d'une culture nationale. La mode du jazz fut suivie par la mode des chansons populaires en langue nationale – un genre beaucoup plus facile à accepter par les gardiens de la culture patriotique.

L'antiaméricanisme culturel trouvait beaucoup d'adeptes dans l'Europe de l'entre-deux-guerres. Cet antiaméricanisme circulait partout et rencontrait beaucoup de soutien et de sympathie parmi les couches aisées et cultivées. En France, le livre de Georges Duhamel, »Scènes de la vie future«, publié en 1930, fut rapidement un best-seller, avec plus de 100 000 exemplaires vendus²¹. Sa critique de la civilisation américaine trouva un écho très largement favorable parmi ses lecteurs, de la gauche à la droite nationale. L'antiaméricanisme établissait comme une sorte de code d'appar-

18 Cf. sur les débats allemands: Adelheid VON SALDERN, »Kunst für's Volk«. Vom Kulturkonservatismus zur nationalsozialistischen Kulturpolitik, dans: Harald WELZER (dir.), *Das Gedächtnis der Bilder. Ästhetik und Nationalsozialismus*, Tübingen 1995, p. 45–104; sur le cas français: MIDDENDORF, *Massenkultur* (voir n. 4), p. 175–324.

19 Marcel NUSSY, *La Cinématographie et la censure*, Montpellier 1929, cité dans: MIDDENDORF, *Massenkultur* (voir n. 4), p. 243.

20 Adelheid VON SALDERN, *Überfremdungssängste. Gegen Amerikanisierung der deutschen Kultur der zwanziger Jahre*, dans: Alf LÜDTKE et al. (dir.), *Amerikanisierung. Traum und Alptraum im Deutschland des 20. Jahrhunderts*, Stuttgart 1996 (*Transatlantische historische Studien*, 6), p. 213–244.

21 Georges DUHAMEL, *Scènes de la vie future*, Paris 1930; cf. Anne-Marie DURANTON-CRABOL, *De l'antiaméricanisme en France vers 1930: la réception des »scènes de la vie future«*, dans: *Revue d'histoire moderne et contemporaine* 48 (2001), p. 120–137.

tenance parmi les couches lettrées en Europe²². Il trouva le soutien des entrepreneurs culturels nationaux, aux intérêts économiques menacés par la concurrence internationale, surtout américaine. Dans les années 1920, la nouvelle Union soviétique et le bolchevisme international firent aussi l'objet de haine ou d'admiration politique, fonctionnant comme symboles des menaces culturelles dont il fallait protéger la nation. La république de Weimar fut la scène d'affrontements politiques intenses à propos d'objets culturels liés à l'américanisme ou au bolchevisme. Le nationalisme culturel aima à scandaliser toute production qui touchait aux vertus patriotiques, surtout quand il s'agissait de la Grande Guerre. »All Quiet on the Western Front«, l'adaptation cinématographique hollywoodienne du roman de Erich Maria Remarque »Im Westen nichts Neues« sur l'expérience des infanteries des tranchées de guerre sortie en 1930, fût l'occasion de manifestations et actions de boycottage véhémentes de la part des organisations de la droite nationale en Allemagne.

La politisation trouva un premier terrain d'action avec les débats autour de la censure des produits culturels. Le cinéma, en particulier, fit l'objet de lois nouvelles destinées à bannir les produits »pornographiques«, ceux qui risquaient de séduire les enfants et les jeunes, mais aussi les films qui touchaient aux sensibilités religieuses et patriotiques. Les gardiens de la morale et de l'honneur national avaient les yeux fixés sur l'écran. La censure introduite avant la guerre de 1914 pour bannir les films »nuisibles aux mœurs, et surtout pour les enfants et les jeunes« fut organisée de manière plus systématique pendant la guerre, et ces systèmes furent maintenus pendant l'entre-deux-guerres, servant aussi à écarter les productions injuriant l'honneur national ou blessant les sentiments patriotiques ou religieux.

»L'organisation de la culture«: enjeux et voies d'un nouveau champ politique

Mais la politisation du cinéma outrepassa ces mesures purement négatives. Les gouvernements cherchaient à mettre en place une véritable politique cinématographique cohérente, allant du contrôle des films à l'organisation de la distribution et même de la production. De manière générale, l'industrie cinématographique européenne applaudit la mise en place des politiques de »nationalisme cinématographique« qui dans les années 1920 commencèrent à protéger les films nationaux. En France, le décret de 1928 établit un système de contingentement des films étrangers et créa des commissions de contrôle sur la production cinématographique nationale²³. Ce protectionnisme combina des objectifs économiques, moraux et culturels. Il est un bon exemple de ce qui fut nommé à l'époque l'»organisation de la culture«. Ce mot d'ordre résume une grande variété d'activités, dont l'initiative revient à des groupes politiques et religieux. La gamme de ceux qui s'engageaient dans ce champ de politique culturelle allait de la droite nationaliste à la gauche révolutionnaire, elle incluait les libé-

22 Cf. Philipp GSSERT, *Amerikanismus, Antiamerikanismus, Amerikanisierung*, dans: *Archiv für Sozialgeschichte* 39 (1999), p. 531–561. Sur l'antiaméricanisme des intellectuels en France voir: MIDDENDORF, *Massenkultur* (voir n. 4) p. 179–227.

23 MIDDENDORF, *Massenkultur*, p. 243–257.

raux, les catholiques, les protestants et les conservateurs²⁴. Les origines de ces engagements nous ramènent aux décennies précédant la Grande Guerre. Les différents courants socialistes et les Églises chrétiennes, en particulier, avaient créé des organisations pour offrir une vaste gamme d'activités et de services culturels, des bibliothèques aux cours d'éducation générale en passant par la formation professionnelle. Pour les organisations chrétiennes et socialistes, il s'agissait surtout de stabiliser les convictions idéologiques de leur clientèle contre les menaces des offres commerciales, dont les contenus furent refusés parce qu'ils donnaient une image positive de la société industrielle capitaliste et/ou parce qu'ils étaient taxés de laxisme moral. Après 1918, les nationalistes et les conservateurs entrèrent dans ce champ d'activités culturelles, donnant naissance à un marché d'offres culturelles politisées ou idéologiquement filtrées. Les clubs de livres en furent une expression remarquable, les organisations politiques et les syndicats fondèrent des maisons d'édition qui livraient un programme varié pour leur clientèle politisée²⁵. Ils organisaient par ailleurs des conférences et des concerts, encadraient la jeunesse dans leurs associations de jeunes ou de sport. Il y avait de grandes différences d'une nation à l'autre quant à la densité de ces réseaux de production et de distribution culturelles exprimant différentes visions du monde social (*Weltanschauung*).

Le mouvement ouvrier socialiste disposait du réseau plus large d'organisations culturelles de masse. Leurs efforts d'organisation et d'insertion idéologiques connurent un succès remarquable surtout dans les pays scandinaves et en Europe centrale²⁶. Plus généralement, dans les pays industrialisés, les organisations culturelles du mouvement ouvrier encadraient une minorité remarquable de la classe ouvrière: dans la république de Weimar, par exemple, la social-démocratie comptait plus de 570 000 membres dans ses associations sportives, 200 000 membres chantaient dans les associations de chorale ou de chant (*Gesangsvereine*), ses cyclistes étaient plus de 200 000²⁷. Plus en rapport avec la culture à proprement parler, il existait un réseau de bibliothèques: l'Union générale des syndicats sociaux-démocrates gérait 2000 bibliothèques ouvrières et organisait des programmes d'éducation et de culture générale par l'intermédiaire de 405 commissions de culture (*Bildungsausschüsse*)²⁸. Les *trade unions* anglaises disposaient d'un réseau semblable. Le réseau

24 Pour un panorama des positions politiques en Allemagne de Weimar, voir: Adelheid VON SALDERN, *Massenfreizeit im Visier. Ein Beitrag zu den Deutungs- und Einwirkungsversuchen während der Weimarer Republik*, dans: *Archiv für Sozialgeschichte* 33 (1993), p. 21–38.

25 Urban VAN MELIS, *Die Buchgemeinschaften in der Weimarer Republik. Mit einer Fallstudie über die sozialdemokratische Arbeiterbuchgemeinschaft Der Bücherkreis, Stuttgart 2002* (Bibliothek des Buchwesens, 13).

26 Friedhelm BOLL (dir.), *Arbeiterkulturen zwischen Alltag und Politik. Beiträge zum europäischen Vergleich in der Zwischenkriegszeit*, Vienne, Munich, Zurich 1986 (Veröffentlichung des Ludwig-Boltzmann-Instituts).

27 Chiffres dans MAI, *Europa* (voir n. 8), p. 136.

28 Sur la SPD allemande cf.: Willi L. GUTTSMAN, *Workers' Culture in Weimar Germany. Between Tradition and Commitment*, New York 1990; Dietmar KLENKE, Peter LILJE, Franz WALTER, *Arbeitersänger und Volksbühnen in der Weimarer Republik*, Bonn 1992; Dieter LANGEWIESCHE, *Politik – Gesellschaft – Kultur. Zur Problematik von Arbeiterkultur und kulturellen Arbeiterorganisationen in Deutschland nach dem Ersten Weltkrieg*, dans: *Archiv für Sozialgeschichte* 22 (1982), p. 259–402; Peter LÖSCHE, Franz WALTER, *Zur Organisationsstruktur der sozial-*

le plus dense se trouvait en Autriche, notamment à Vienne²⁹. Dans la métropole autrichienne, plus de 50 associations sociales-démocrates organisèrent les loisirs des membres et sympathisants de leur parti³⁰. Certes, cette fureur organisatrice était exceptionnelle dans son succès. L'intention de créer un contre-monde socialiste dans la réalité toujours menaçante d'un capitalisme industriel dominant s'intensifia dans l'entre-deux-guerres, et les partis communistes suivirent l'exemple des sociaux-démocrates au début des années 1920, au fur et à mesure que les espérances révolutionnaires s'estompaient³¹. Au nord des Alpes, les associations catholiques et protestantes construisirent des réseaux de structure comparable, mais de densité différente. Après des hésitations, catholiques et protestants occupèrent aussi le champ des activités sportives, surtout pour ne pas perdre leur influence sur la jeunesse³².

Les acteurs de cette politique d'encadrement culturel de masse étaient très sensibles au décalage opéré entre le succès des organisations et les résultats idéologiques. Les membres préféraient les offres de loisirs (tels le sport, le tourisme, etc.) aux offres de haute culture ou d'éducation politique ou religieuse. Pour beaucoup d'entre eux, ces offres étaient les seuls moyens d'accès (parce qu'à bon prix et acceptées par les parents ou les plus âgés au sein de leur milieu d'origine) aux nouveaux mondes des loisirs. En réponse à cette demande, la tendance fut d'adapter, de manière pragmatique, ces offres à celles du secteur commercial.

Les organisations libérales ou conservatrices s'adressaient plutôt aux couches moyennes et bourgeoises, et ne mobilisaient pas un nombre comparable de membres, mais elles créèrent des réseaux d'associations qui reliaient leurs activités de loisirs (haute culture, chant, gymnastique et autres sports) à l'affirmation du patriotisme et des symboles culturels de la nation. Ces organisations étaient surtout présentes dans les milieux des artisans, des commerçants, des cadres et des employés, mais aussi des ouvriers des petites villes. Dans ces milieux sociopolitiques, la musique, le chant et le sport étaient les activités les plus prisées.

Les entreprises furent un troisième acteur dans ce champ de l'organisation des loisirs³³. Une partie des grandes entreprises et du patronat réagirent aux changements sociaux de leur force de travail en créant leurs propres camps de sport, leurs équipes et associations sportives ou culturelles. Ces offres culturelles – «après le travail», de

demokratischen Arbeiterbewegung in der Weimarer Republik, dans: *Geschichte und Gesellschaft* 15 (1989), p. 511–536.

29 Helmut GRUBER, *Red Vienna. Experiment in Working Class-Culture 1919–1934*, New York 1991.

30 MAI, *Europa* (voir n. 8), p. 136.

31 André GOUNOT, *Die Rote Sportinternationale 1921–1937. Kommunistische Massenpolitik im europäischen Arbeitersport*, Münster, Hambourg, Londres 2002 (*Schriften zur Körperkultur*, 38).

32 Gotthard KLEIN, *Der Volksverein für das katholische Deutschland 1890–1933. Geschichte, Bedeutung, Untergang*, Paderborn, Munich, Vienne et al. 1996 (*Veröffentlichungen der Kommission für Zeitgeschichte. Reihe B. Forschungen*, 75); pour la France: MIDDENDORF, *Massenkultur* (voir n. 4), p. 127–155, 229–233.

33 Carola SACHSE, *Freizeit zwischen Betrieb und Volksgemeinschaft. Betriebliche Freizeitpolitik im Nationalsozialismus*, dans: *Archiv für Sozialgeschichte* 33 (1993), p. 305–328; *ibid.*, *Siemens, der Nationalsozialismus und die moderne Familie*, Hambourg 1990; Sebastian FASBENDER, *Zwischen Arbeitersport und Arbeitssport. Werksport an Rhein und Ruhr 1921–1938*, Göttingen 1997. Suzanne TRIST, *Le patronat face à la question des loisirs ouvriers: avant 1936 et après*, dans: *Le Mouvement social* 150 (1990), p. 45–57.

l'italien *dopo lavoro* – furent surtout créées par des grandes entreprises des nouveaux secteurs, telles l'entreprise italienne Olivetti, productrice d'appareils de bureau, FIAT ou encore l'entreprise allemande Siemens. Cette nouvelle politique fut reprise par le patronat des branches plus traditionnelles, telles la sidérurgie ou les mines, où l'on créa également des équipes de foot et d'autres associations culturelles ou sportives.

La logique sociale de toutes ces activités était triple. Premièrement, ces organisations avaient un but défensif, il s'agissait de protéger sa clientèle propre des séductions des offres commerciales. Cet aspect avait de l'importance surtout en ce qui concerne les jeunes, et les organisations politiques ou religieuses s'adressaient directement aux parents, mettant en avant leurs bonnes intentions pédagogiques. Deuxièmement, il s'agissait de cultiver ou de propager sa propre idéologie (*Weltanschauung*) politique ou religieuse. Troisièmement, le but de toutes ces activités était de créer des communautés. Socialistes, confessions et entreprises s'inventaient comme organisateurs de culture parce qu'ils croyaient aux vertus intégratrices de leurs offres. Mais en même temps cet aspect communautaire (*Vergemeinschaftung*) irrita ceux qui mettaient l'accent sur l'unité intégrale de la nation.

Les adeptes d'une telle vision nationaliste de l'organisation de la culture trouvèrent un premier terrain d'expérimentation dans l'organisation des émissions de radio³⁴. Au début des années 1920, l'évolution technique permit la diffusion radiophonique à l'échelle nationale. En France et en Grande-Bretagne, des programmes à diffusion nationale furent lancés en 1922, l'Allemagne et la Belgique suivirent en 1923. Le fait que la radio soit passée sous contrôle public presque partout en Europe s'explique en grande partie par la méfiance des responsables politiques et des experts de la culture vis-à-vis des offres commerciales. L'intervention politique créa un modèle européen en opposition directe avec le modèle américain, où la radio fut traitée comme la presse et où les intérêts privés (les producteurs et le commerce des appareils) lancèrent les premières sociétés radiophoniques privées commerciales. Au cours des années 1920, les gouvernements et parlements européens s'emparèrent de cette nouvelle technologie d'information et de culture. L'exemple le plus connu et le plus admiré pour son résultat, la BBC, se définit à partir de 1926 comme service public (*public service*) fondé sur quatre principes: l'indépendance du capital privé, l'organisation d'un service radiophonique pour tout le territoire national (*nationwide*), le contrôle public des émissions et un programme de qualité. Ainsi les sociétés radiophoniques servaient-elles des objectifs de politique culturelle et d'éducation à l'échelon national. La radio publique fut définie comme un moyen d'information politique, mais aussi d'éducation et de culture. Par la suite, ce système européen de service public se développa sous des conditions politiques bien différentes: la BBC devint le modèle d'une gestion libérale et démocratique, les sociétés radiophoniques

34 Cf. BRIGGS, *The History of Broadcasting* (voir n. 10); David CARDIFF, Paddy SCANNELL, *A Social History of British Broadcasting*, vol 1: 1922–1939, Oxford 1991; Winfried B. LERG, *Rundfunkpolitik in der Weimarer Republik*, Nördlingen 1980; Franco MONTELEONE, *Storia della radio e della televisione in Italia*, Venise 1992; Adelheid VON SALDERN, *Rundfunkpolitik, Nationalidee und Volkskultur (1926–1932)*, dans: Inge MARSSOLEK, Adelheid VON SALDERN (dir.), *Radiozeiten. Herrschaft, Alltag, Gesellschaft (1924–1960)*, Potsdam 1999, p. 59–82; DUSSEL, *Hörfunk in Deutschland* (voir n. 10).

des régimes autoritaires et des dictatures totalitaires développèrent un modèle plus rigide de contrôle et de sélection politique des informations et des programmes radiophoniques. Toujours l'audience radiophonique fut définie en termes nationaux, malgré la diversité et la pluralité des goûts et des intérêts des auditeurs. Les responsables des radios publiques s'engagèrent à créer une culture nationale »moyenne«. Mais souvent, comme dans les cas suisse, allemand ou britannique, les particularités régionales et leurs articulations artistiques traditionnelles furent respectées et présentées dans les programmes. La présentation des traditions régionales fut perçue comme contrepoids aux clivages de classes et aux tendances à l'uniformisation des offres commerciales. La musique folklorique profita de cette intervention politique, trouvant une place à côté des productions musicales de la haute culture. La diffusion de la langue nationale dans une prononciation »correcte«, standardisée représentait un élément non négligeable dans des programmes radiophoniques de culture nationale qui s'adaptaient, malgré les réticences de leurs contrôleurs politiques, aux goûts populaires, qui favorisaient les émissions de divertissement et de musique légère. En la matière, une enquête de la BBC en 1935 livra un résultat éloquent: 80 % des auditeurs votèrent pour des émissions musicales et de divertissement, une petite minorité préféra la culture. Le »système européen« radiophonique est l'exemple classique des tentatives contemporaines d'organiser la culture en termes politiques et sous contrôle public.

Les expériences dictatoriales: l'Italie, l'Allemagne et l'Union soviétique

Une autre étape en direction de la création d'une véritable culture nationale de masse sous contrôle politique fut envisagée par les dictatures »modernes« de l'époque. À partir de 1926, l'Italie fasciste fraya le chemin d'une politique systématique en adoptant le modèle des initiatives patronales. L'Opera nazionale Dopolavoro fut l'expression organisationnelle des grandes ambitions du régime fasciste sur le plan culturel³⁵. Il s'agissait pour les organisateurs fascistes de créer pour la première fois en Italie une véritable culture de masse nationale. L'adjectif »nazionale« signifie à la fois la distribution sociale et territoriale d'une telle culture et son contenu patriotique. L'Opera nazionale Dopolavoro avait pour ambition de créer une identité nationale et d'affermir le nationalisme des Italiens par ses offres de culture et de loisirs. Techniquement, les organisateurs fascistes profitaient des expériences et des acquis antérieurs de leurs adversaires socialistes, mais ils étaient plus pragmatiques quant aux besoins/désirs de leur clientèle pour une culture de divertissement. Les offres commerciales de loisirs furent intégrées de manière pragmatique dans les programmes de l'organisation fasciste.

Après 1933, le régime national-socialiste copia l'exemple italien, profitant de l'existence d'un réseau plus étroit d'associations culturelles à fondement politique dans la république de Weimar, en s'en appropriant les bases matérielles et en éliminant les contenus idéologiques déclarés hostiles à la nouvelle culture de masse que le régime

35 Victoria DE GRAZIA, *The Culture of Consent. Mass Organization of Leisure in Fascist Italy*, Cambridge 1981; Stefano CAVAZZA, *Piccole Patrie. Feste popolari tra regione e nazione durante il fascismo*, Bologne 2003 (Il Mulino Ricerca).

s'appliquait à organiser³⁶. Dès le début, les conflits internes au mouvement national-socialiste sur la définition légitime et officielle de cette culture nationale furent intenses et confrontèrent des acteurs tels Robert Ley, Joseph Goebbels ou Alfred Rosenberg et leurs appareils. Nous n'aurons ici ni le temps, ni l'intention d'analyser ces conflits et leurs enjeux. Plus important pour notre sujet est le fait que l'organisation sœur du Dopolavoro italien, l'association Kraft durch Freude, de la Deutsche Arbeitsfront, gagnait en popularité au fur et à mesure qu'elle offrait des loisirs à bon marché, tels des vacances organisées ou des spectacles musicaux. C'est surtout Joseph Goebbels, avec son ministère de la Propagande, qui organisa une culture de masse politiquement filtrée et contrôlée, mais ouverte aux formes commerciales à grand succès. Les films de Hollywood furent censurés, le cas échéant, mais leurs techniques et leurs styles furent déclarés comme modèles pour la production cinématographique allemande directement contrôlée par le régime. L'endoctrinement idéologique et le divertissement devaient se renforcer réciproquement.

L'Union soviétique des années 1930 est certainement l'exemple le plus spectaculaire de l'organisation politique de la culture de masse³⁷. Le régime stalinien hérita d'une production cinématographique d'avant-garde liée à la cause bolchevique, mais sans public de masse – pour des raisons à la fois techniques (on manquait de salles de cinéma) et esthétiques (il s'agissait surtout d'une production d'avant-garde adressée à une clientèle urbaine éduquée ou politisée). Après 1928, la production cinématographique soviétique fut profondément transformée: le régime prit en main la production et mobilisa ses ressources pour produire un cinéma de masse qui répondît aux attentes des spectateurs – souvent illettrés – et qui traduisît en grands drames filmiques la vision des réalités soviétiques du Parti et de son chef, Staline. La production soviétique se transforma en une industrie hollywoodienne socialiste, produisant des *easterns* (tirés des épisodes de la guerre civile et de la révolution de 1917), des comédies musicales et des drames de la vie quotidienne. L'importation de films étrangers fut complètement suspendue, la production fut rigidement contrôlée par le parti et Staline en personne. Dans l'Union soviétique, les réticences des couches cultivées ou des hommes de lettres vis-à-vis du cinéma ne jouaient aucun rôle: l'État stalinien l'utilisa systématiquement pour créer une nouvelle culture de masse socialiste dans un pays en pleine industrialisation, mais toujours à population rurale. Les produc-

36 Cf. Hans Dieter SCHÄFER, *Das gespaltene Bewußtsein Göttingen. Vom Dritten Reich bis zu den langen Fünfziger Jahren*, Göttingen 2009 (Mainzer Reihe. Neue Folge, 8); Daniela LIEBSCHER, *Faschismus als Modell. Die faschistische Opera nazionale Dopolavoro und die NS-Gemeinschaft »Kraft durch Freude« in der Zwischenkriegszeit*, dans: Sven REICHARDT, Armin NOLZEN (dir.), *Faschismus in Italien und Deutschland*. Göttingen 2005, p. 94–118; Shelley BARANOWSKI, *Strength through Joy. Consumerism and Mass Tourism in the Third Reich*, Cambridge 2004; Clemens ZIMMERMANN, *Medien im Nationalsozialismus Deutschland 1933–1945, Italien 1922–1943, Spanien 1936–1951, Vienne, Cologne, Weimar 2007* (UTB, 2911); Ansgar DILLER, *Rundfunkpolitik im Dritten Reich*, Munich 1980 (Rundfunk in Deutschland, 2); Inge MARSSOLEK, Adelheid VON SALDERN (dir.), *Zuhören und Gehörtwerden. vol. 1: Radio im Nationalsozialismus*, Tübingen 1998; MAASE, *Grenzenloses Vergnügen* (voir n. 6), p. 196–234.

37 Cf. Karl SCHLÖGEL, *Terror und Traum, Moskau 1937*, Munich 2008, p. 287–303 (sur la radio), p. 328–337 (le sport), p. 411–431 (la publicité), p. 482–521 (le cinéma), p. 522–531 (les loisirs); Richard TAYLOR, Derek SPRING (dir.), *Stalinism and Soviet Cinema*, Londres 1993; Christine ENGEL (dir.), *Geschichte des sowjetischen und russischen Films*, Stuttgart, Weimar 1999.

teurs du cinéma soviétique devaient s'adapter au double impératif de popularité et de conformité aux doctrines du Parti.

Si l'on réfléchit sur les objectifs de cette dernière variante d'une politisation, on notera l'aspect manipulateur. La propagande passa souvent de manière douce dans les programmes de culture de masse, acceptant les logiques de l'industrie du spectacle commercial et évitant les endoctrinements trop pesants et le style didactique. Elle ouvrit aussi la voie à de nouvelles formules de diffusion de masse de produits de la haute culture nationale, frayant un chemin vers la production d'une culture moyenne définie par les versions radiophoniques et cinématographiques. Cette culture moyenne avait toujours un contenu et/ou une coloration nationaux bien visibles et elle restait liée aux régionalismes et aux productions folkloriques ouvertement acceptés dans l'entre-deux-guerres comme autant d'exemples d'une culture populaire autochtone liée de façon »organique« – comme on aimait dire – à la culture nationale.

Bilan

Il est temps de dresser un bilan de cette vision synthétique d'une politique culturelle en Europe pendant cette période et d'en définir les tendances générales. Premièrement: l'entre-deux-guerres voyait l'essor de l'intérêt national comme point de référence ou d'ancrage des interventions politiques dans le champ des loisirs ou de la culture de masse. Un nationalisme culturel légitima le contrôle des émissions radiophoniques, de l'industrie cinématographique et du sport. Les acteurs politiques des nations européennes se sentaient tous menacés par l'essor d'une culture de masse organisée sur la base d'intérêts commerciaux et en provenance de l'étranger, surtout des États-Unis. Le refus d'une colonisation culturelle anima les débats et prépara le terrain pour une seconde vague de nationalisation de la culture de masse dans les années 1940 et 1950 en Europe malgré les succès internationaux de Hollywood et, de manière beaucoup plus restreinte, de la production cinématographique soviétique sur l'Europe de l'Est.

Deuxièmement: la politisation de la culture de masse mêla systématiquement deux enjeux. L'un était la morale des couches inférieures de la population. Contrôle et censure étaient les moyens de défense préférés. L'autre enjeu était la défense de la propre *Weltanschauung*, »vision du monde«, entendue unanimement par les protagonistes politiques comme un système culturel cohérent. Le scepticisme moralisateur et l'ambition idéologique se renforçaient réciproquement pendant l'entre-deux-guerres, dans une interprétation des offres de culture de masse comme autant de »séductions« et de »poisons«.

Troisièmement: les luttes politiques quant à la culture était imprégnées de misogynie. Dans les fantasmes des autorités et des militants politiques, à majorité masculine écrasante, la jeune employée de commerce, pleine de rêves romantiques, innocente, mais facile à séduire et crédule, livrait une image stéréotypée de la majorité des femmes, victime des séductions de l'industrie des spectacles à bon marché. Derrière cette figure de discours, on décèle sans aucun problème une autre figure, celle de la femme indépendante, employée dans le tertiaire et liant sa propre indépendance à ses préférences culturelles pour les nouvelles modes »américaines«.

Quatrièmement: les menaces des dynamiques culturelles furent souvent définies et ressenties le plus subtilement par les intellectuels et les couches cultivées. Leur monopole sur la vision légitime de la culture semblait menacé, et les défenseurs des traditions culturelles spécifiquement nationales, mais en même temps européennes, luttaient du même coup contre ceux parmi leurs rangs qui se réinventaient comme producteurs ou organisateurs d'une culture de masse à visée commerciale. Cette lutte sur la légitimité des nouvelles formes culturelles (émissions radiophoniques, cinéma, musiques populaires) contribua sans doute à l'acharnement avec lequel les luttes politiques concernant la culture furent menées à l'époque.