

Chicago-Ballade

DU MÊME AUTEUR
AUX ÉDITIONS ALLIA

Les Rêveurs de l'absolu

HANS MAGNUS ENZENSBERGER

Chicago-Ballade

MODÈLE D'UNE SOCIÉTÉ TERRORISTE
Traduit de l'allemand par

LILY JUMEL

IDEM • VELLE



AC • IDEM • NOLLE

ÉDITIONS ALLIA

16, RUE CHARLEMAGNE, PARIS IV^e

2009

TITRE ORIGINAL

Politik und Verbrechen

L'ÉTUI à violoncelle s'ouvre, sur la doublure de velours d'un rouge vineux repose une mitrailleuse toute neuve. A l'aube grise, on découvre les cadavres : au cours de sa ronde, le laitier les trouve auprès des bouches à incendie, le *lift boy* dans le hall de l'hôtel, le magasinier dans le hangar, entre les bidons d'huile. La plus grande teinturerie de la place a mis dans sa vitrine un écriteau sur lequel on lit : "Ici, on répare et stoppe les trous de balles dans les vêtements. Invisibilité garantie." Vers midi, l'on voit apparaître les premières *flappers* ; ce sont les dames aux cheveux oxygénés affublées de robes invraisemblablement courtes et de chapeaux en pots de fleurs enfoncés sur leur tignasse coupée. Des Cadillac noires, lourdement blindées, s'arrêtent

© Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main, 1964.

© Editions Gallimard, 1967, pour la traduction française.

© Editions Allia, Paris, 2009.

devant le restaurant de luxe situé en face de l'hôtel de ville où les assassins offrent un banquet en l'honneur du conseil municipal. Au troisième toast, l'avocat général accepte de la main d'un monsieur mal rasé une montre de gousset en or. Elle est enveloppée dans un chèque. Puis, la société se sépare et se rend aux courses de chevaux. Dans les brasseries, les pianos électriques commencent à cliqueter. Dans les salles de bains des immeubles d'habitation, l'eau-de-vie coule des alambics. Dans les salles de jeu, les premiers visiteurs se rassemblent autour des crachoirs dorés. La crème de la société danse le charleston et le shimmy dans des caboulots aux portes closes ornées de judas. Pendant que les trains de camions des gangs de la contrebande de l'alcool, escortés de motards vêtus de blanc immaculé, roulent avec un bruit de tonnerre sur les grandes routes, les véritables maîtres de la ville se montrent aux combats de boxe. Ils

portent des chapeaux de paille et des guêtres blanches. Leurs ceintures sont ornées de diamants et le mouchoir qu'ils ont dans leur poche de poitrine, au-dessus de l'étui à revolver, est d'un blanc de neige. Les présenter serait une véritable offense ; il s'agit de célébrités dont chacun connaît les noms :

Jimmy Diamond, Dan the Dandy, Vincent the Schemer, Two-cans Louis, Jacob Greasy Fingers, Quinta the Leaping Frog et au milieu d'eux, entouré de douze gardes du corps, l'incomparable Al Capone, surnommé Scarface.

I am a spook, born of a million minds, disait cet homme à la fin de sa carrière. Cette parole trahit une intelligence extraordinaire. On ne peut pas exprimer d'une façon plus succincte et plus précise ce qui distingue cette existence. Capone est une figure qui appartient à l'histoire, mais aussi au rêve. Il est un produit de l'imagination collective et, dans ce sens, un fantôme : néanmoins, ce

fantôme est d'une réalité plus puissante que la réalité même. Historiens, sociologues, juristes, psychologues ont étudié à fond ce personnage et se sont efforcés de l'expliquer ; mais leurs méthodes ne leur ont pas permis de découvrir le fond des choses. Ce fond des choses s'appelle : mythologie.

Les dernières décennies du XIX^e siècle ont vu naître une série de figures mythologiques remarquables : l'Explorateur (représenté par Livingstone et Nansen), le Dandy (Oscar Wilde), l'Inventeur (Edison), l'Artiste magicien (Richard Wagner). *Le Mythe du XX^e siècle*, en revanche, ressemble au livre qui porte ce titre : en thèse générale, il ne se compose que de supercheries. Le "Prince de l'Esprit", sous l'aspect, par exemple, de Gerhardt Hauptmann ou de Stefan George, est un personnage d'un comique involontaire qui n'a pas eu de postérité parce qu'il est déjà lui-même une imitation. Parmi les politiciens du siècle, aucun, à l'exception du

révolutionnaire de profession (personnifié par Lénine), n'a su atteindre à une stature mythologique. Les images des pionniers techniques, de Lindbergh à Gagarine, pâlisent au fur et à mesure des reportages que l'on rédige à leur propos. L'univers industriel du grand capitalisme existe dans l'imagination collective sans le moindre héros. Jusqu'à la plus ancienne des sources de la mythologie qui est tarie : des deux guerres mondiales n'a émergé aucun personnage qui se soit matérialisé en figure mythologique.

Nous n'avons aucune raison de le regretter. En revanche, il serait peut-être temps de se faire une idée de la portée de cette déficience et de ses causes. Parce qu'en fait, moins la mythologie est florissante, plus on met d'ardeur à la créer synthétiquement. C'est l'industrie du conscient qui se charge de cette tâche. La publicité et la propagande, les procédés d'information et de divertissement font appel à d'énormes forces

pour produire des mythes en quantités industrielles. Leur échec n'en est que plus remarquable. Cela s'explique tout d'abord par leur mission même. L'industrie est tenue de fournir des mythes au jour le jour, selon les besoins quotidiens ; son marché exige un rapide et brusque changement d'idoles, qu'il s'agisse de stars de cinéma, de champions de sports ou de politiciens ; en conséquence, la qualité de la défaillance de mémoire fait partie intégrante de la spécification du produit. Il y a là une contradiction ; car la substance même de la conscience mythologique est la mémoire. Quand ce ne serait que pour cette raison, l'industrie ne peut fournir que des succédanés, des "paramythes" ne laissant aucune trace dans la mémoire collective. Cependant, cet échec a des causes plus profondes. Car le principe de la division du travail échoue devant la tâche que représente la création de mythes. Il s'agit d'une fonction qui ne

peut pas être déléguée à des spécialistes. C'est là l'élément même de sa dignité. La société tout entière se reconnaît dans chaque véritable symbole mythique. Elle y voit, inconsciemment, sa propre image et l'accepte. Cette image possède une authenticité qu'aucune autre ne peut atteindre ; sa puissance de représentation va au-delà de toutes les publicités.

Parmi les très rares figures mythologiques du XX^e siècle, le gangster occupe une situation de premier plan. La puissance imaginative du monde entier s'en est emparée. N'importe quel analphabète turc, intellectuel japonais, marchand birman ou travailleur sud-américain peut vous donner une description du gangster. Bien que fort peu de gens aient eu l'occasion de le rencontrer, le gangster est pour tous une silhouette – familière. Il hante même, sous forme d'épouvantail, de caricature et de menace secrète, l'imagination des maîtres et des

sujets des pays communistes. Mais la quintessence du gangster s'incarne en un seul nom : celui d'Al Capone. Quarante ans après ses "belles années", son auréole n'a pas pâli. Le fantôme du gangster continue à habiter les rêves tout autour du monde.

Cela et rien d'autre justifie que l'on s'en occupe. La seule chose qui, dans Capone et son univers, mérite quelque intérêt, c'est sa fonction mythologique. Le personnage historique est indifférent : c'est celui d'un homme extrêmement vulgaire, avide, habile et antipathique, dont l'histoire ne révèle aucun aspect tragique. Elle est complètement dépourvue de grandeur humaine ; elle est à la fois monstrueuse et banale ; n'importe quel journal du soir romain offre des drames plus poignants que les quatorze années de l'histoire du gangstérisme desquelles il va être question ici. En dépit de ses couleurs violentes, c'est, au fond, une histoire ennuyeuse. C'est précisément pour cela

qu'elle est pleine d'enseignements. L'attrait de la sensation dont elle a su se parer montre son ambiguïté. Elle partage ce double sens avec toute la mythologie moderne.

Il n'est pas facile de séparer son contenu réel du mensonge qui l'enveloppe ; et plus du tout quand on se heurte à des documents ou à des faits positifs. Certes, l'industrie du conscient est incapable de créer des personnages mythologiques, mais elle ne laisse passer aucune occasion de les utiliser à ses fins. Les quotidiens et les magazines illustrés, la radio et le film ont pris à la légende du gangster une part importante, qui ne suffit pas à l'expliquer, mais elle est immense. Dès 1925, le gangster était un objet touristique. Le quartier général d'Al Capone faisait partie du programme des tournées "des curiosités de la ville" réservées aux étrangers. On prétend qu'en 1930, au moment où sa puissance avait atteint et dépassé son apogée, la *Warner Bros*, la grande firme cinématographique, avait