

## **Les médias et la mondialisation : nouveaux territoires – nouveaux enjeux**



Conférence scientifique internationale,  
14-16 mai 2004 à Moscou,  
Mastère franco-russe de journalisme,  
Faculté de journalisme, Université d'Etat Lomonossov (MGU), Moscou

### **Résumés des communications**

## COMPTE-RENDU

<b>Section 1 : Y a-t-il un espace public global ?</b>	<b>4</b>
Roger DELBARRE	4
<i>GLOBALISATION ET "ESPACE PUBLIC MONDIAL". REALITES ET/OU CONSTRUCTION IDEOLOGIQUE ET GEOPOLITIQUE ?</i>	
Tristan MATTELART	6
<i>LA MONDIALISATION DE L'AUDIOVISUEL: APPORTS ET LIMITES DES « NOUVELLES » APPROCHES</i>	
Bruno RAVAZ, Serge CHAUDY, Arnaud LUCIEN	8
<i>MEDIAS, TERRORISME ET MONDIALISATION</i>	
<b>Section 2: Les médias globaux et les politiques nationales</b>	<b>10</b>
Marylaine CHAUSSÉ	10
<i>PENSER LA MONDIALISATION À PARTIR DES DÉTERRITORIALISATIONS DES MÉDIAS ALTERNATIFS</i>	
Bernard WUILLÈME	12
<i>LA RADIODIFFUSION INTERNATIONALE : PASSE, PRESENT, FUTURE</i>	
Paulina DALMAYER	14
<i>L'EUROPEANISATION DE L'ESPACE PUBLIC POLONAIS. UN NOUVEAU DEFI DE LA PRESSE POLONAISE ?</i>	
Thierry LANCIEN	20
<i>L'ACTION AUDIOVISUELLE EXTERIEURE DE LA FRANCE : LE CAS DE L'INFORMATION TELEVISEE SUR TV5</i>	
<b>Section 3: Les médias et les industries culturelles à l'échelle mondiale</b>	<b>22</b>
Claude LE BOEUF	22
<i>PROPOSITION D'UNE NOUVELLE APPROCHE MARKETING DES MEDIAS</i>	
Philippe BOUQUILLION	25
<i>CONCENTRATION ET FINANCIARISATION DANS LES INDUSTRIES DE LA CULTURE, DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION</i>	
Anolga RODIONOFF	30
<i>LA CREATION NUMERIQUE : DE L'ART ?</i>	
Indira YAKOVENKO	32
<i>LA PRODUCTION CINEMATOGRAPHIQUE RUSSE CONFRONTEE A LA MONDIALISATION : STEREOTYPES ET EVOLUTIONS</i>	
<b>Section 4 : Les techniques de l'information et de la communication (TICs) : facteur de la mondialisation ?</b>	<b>34</b>
Gaëtan TREMBLAY	34

<i>DU VILLAGE GLOBAL A L'EMPIRE MONDIAL</i>	
Dominique COLOMB	37
<i>LES CONTOURS DE L'EMPIRE DES MEDIAS ET D'INTERNET EN CHINE : ETAT DES LIEUX ET CONDITIONS D'UNE COMPREHENSION LOINTAINE</i>	
Thomas GUIGNARD	39
<i>INTERNET ET LES SÉNÉGALAIS : ENTRE EXTRAVERSION ET IDENTITÉ</i>	
Larousi OUESLATI, Arnaud LUCIEN	41
<i>MONDIALISATION, RESEAUX ET DEMOCRATIE</i>	
Ilya KIRIYA	43
<i>LE DEVELOPPEMENT DES TICS EN RUSSIE : AJUSTEMENT AUX PARTICULARITES DU SYSTEME ECONOMIQUE</i>	

## **SECTION 1 : Y a-t-il un espace public global ?**

**Roger DELBARRE**

**Maître de conférences à l'Université Paris 13,  
Chercheur à la Maison des Sciences de l'Homme Paris Nord**

### **GLOBALISATION ET "ESPACE PUBLIC MONDIAL". REALITES ET/OU CONSTRUCTION IDEOLOGIQUE ET GÉOPOLITIQUE ?**

D'un côté, les penseurs et les idéologues du "post-modernisme" sont légion à prétendre depuis de nombreuses années déjà que le développement des nouvelles techniques de communication, et en particulier leur mise en réseaux, ne peut que conduire, par on ne sait quel type de déterminisme technologique et politique qu'il conviendra de (re) qualifier, à un élargissement de la démocratie, à travers la participation plus large et plus active des citoyens dans un espace commun. Le prophétisme technique de Mac Luhan dans "*Understandig Media*" peut fournir ici un premier point d'appui.

De l'autre côté, de nombreux médias français et européens ont vu, dans la tenue de différents forums sociaux mondiaux et européens qui ont eu lieu depuis quatre ans à travers la planète, de l'Amérique du Sud à l'Inde, de l'Italie à la France, les prémices de la constitution d'un "espace public mondial."

Sans rejeter de prime abord l'idée d'une possible et future émergence d'une telle sphère publique internationale, notre perspective actuelle se veut plus modeste. Il s'agit d'essayer d'interroger la réalité à travers quelques recherches afin de mettre en exergue des formes de mobilisation affectant des fragments des opinions publiques (au sens où P. Champagne l'entend dans "*Faire l'opinion*") de certains pays du nord et du sud et leur rassemblement autour d'objectifs de lutte contre certaines conséquences, économiques, sociales et/ou écologiques notamment, de la globalisation mise en place, avec le soutien des Etats, d'institutions internationales (FMI, Banque Mondiale, etc...) par les marchés financiers et les groupes multinationaux, et utilisant des réseaux qu'ils ont contribué à structurer.

Les arguments de type économique développés dans les travaux de M. Castells, notamment dans "*L'ère de l'information*"), leur critique par N. Garnham dans "*Réseaux*", n° 101, les analyses historiques et sociologiques de L. Boltanski et E. Chiapello dans "*Le nouvel esprit du capitalisme*", les réflexions géopolitiques et idéologiques de M. Mattelart dans "*Histoire de la société de l'information*" et celles du mensuel "*Le Monde diplomatique*", nous permettent, peut-être, de tenter la reconnaissance et la qualification d'un double mouvement centripète/centrifuge affectant ces fragments d'opinions publiques, souvent disparates mais cherchant à se concerter et se regrouper. Dit autrement, il s'agit

d'essayer de montrer que, d'un côté, à travers un mouvement dépassant le simple cadre évènementiel pour y inclure la longue durée, se met en place une tendance à la constitution de conditions objectives d'un rassemblement pouvant demain constituer la matrice de cet espace public, davantage «international» que «mondial» et que, de l'autre côté, les facteurs qui s'y opposent ne sont pas moins forts que ceux qui y concourent.

Les travaux que nous poursuivons depuis plus de 10 ans sur les questions afférentes à l'émergence et à la constitution d'un espace public dans un pays du "socialisme réel", la RDA, puis, après la phagocytose de celle-ci par la RFA, dans les cinq "nouveaux Länder", s'avèrent être ici d'un précieux secours. Ce terrain constitue en effet un formidable laboratoire en grandeur nature. Nous avons déjà pu mettre en relief quelques faits présentant un intérêt certain. Ainsi a-t-il été possible de formuler deux hypothèses.

La première s'organise autour de la mise en lumière de l'existence dans la société est-allemande de l'exercice d'une double violence. La première est connue de tous : omniprésente était en effet la "violence légitime de l'Etat" dont fait état Max Weber et s'incarnant là dans la "Stasi" dont, selon nous, un des rôles essentiels qui lui était dévolu par l'Etat-Parti constituait à protéger son monopole de la parole dans la sphère publique. La seconde, consubstantielle à la première, était constituée par la violence symbolique mise en exergue dans les sociétés capitalistes par les travaux du sociologue Pierre Bourdieu et de l'anthropologue Maurice. Nous avons essayé de démontrer l'existence de cette dernière dans une société du "bloc soviétique" à travers l'étude, et la publicisation pour la première fois, d'enquêtes sociologiques réalisées pendant un quart de siècle par un Institut universitaire de recherche de Leipzig démontant l'importance accordée à l'organisation des médiations et à la transmission des valeurs dans la société.

La deuxième a trait à la manière dont la RDA, au cours du bris du régime communiste, a condensé dans un espace-temps fort réduit les principales formes historiques dominantes de l'espace public qui se sont déroulées sur deux siècles en France, de l'Aufklärung kantien à sa "reféodalisation" et sa "vassalisation" pour reprendre la terminologie habermassienne, versus marketing.

Une des questions qui se posent alors est de savoir si un quelconque espace public mondial ou international peut émerger à travers des pratiques s'organisant prioritairement autour, par exemple, d'Internet à travers des espaces de débats, de forums rendus possibles par le courrier électronique, sans pour autant que d'autres modèles, antérieurs, soient exclus de ce processus. Cela signifierait que ce nouvel espace public intègre, à des degrés divers, des traces de différentes étapes historiques du développement d'espaces publics, ayant souvent des cadres nationaux et qu'il présenterait donc des caractéristiques très hétérogènes. Pour longtemps encore.

**Tristan MATTELART**  
**maître de conférences à l'Institut français de presse**  
**(Université Paris II Assas Panthéon)**

**LA MONDIALISATION DE L'AUDIOVISUEL :  
APPORTS ET LIMITES DES « NOUVELLES » APPROCHES**

Depuis les années quatre-vingt, sous la pression des politiques de déréglementation et de l'apparition du câble et du satellite, les phénomènes d'internationalisation de l'audiovisuel se sont intensifiés. Cette intensification s'est accompagnée d'une profusion d'écrits théoriques, empruntant en particulier à la sociologie et à l'anthropologie, portant sur les effets culturels de la « mondialisation ». Ces travaux se proposent de renouveler les façons de penser les processus d'internationalisation de l'audiovisuel.

Tournant le dos aux recherches menées par l'économie politique critique qui mettent en relief les logiques de domination dont est porteur le système transnational des médias, ces « nouvelles » approches envisagent, elles, ces médias comme une ressource culturelle qui contribue positivement aux jeux de constructions identitaires des nations du Nord comme du Sud à l'heure de la mondialisation.

Les flux audiovisuels sont, dans cette optique, représentés comme nourrissant, au niveau de la réception, les menues tactiques de négociation identitaires de populations, inscrites, grâce à l'ubiquité des médias, dans une multitude d'espaces d'appartenance, du local au mondial, rendant plus complexes leurs expériences culturelles, favorisant un « cosmopolitisme par le bas ».

Dans cette perspective, qui condamne les conceptions essentialistes de la culture qui ont nourri les écrits critiques jusqu'au début des années quatre-vingt, les médias audiovisuels transnationaux sont perçus comme autant d'apports extérieurs participant à la créolisation, au métissage ou à l'hybridation des cultures. Plutôt que d'être représentés comme les agents de la destruction des cultures nationales, les flux transnationaux sont ainsi dorénavant appréhendés comme activant des interactions forcées entre cultures, produisant de nouvelles formes culturelles synchrétiques en constante redéfinition.

L'apport de ces approches est indéniable : n'invitent-elles pas à analyser avec plus de finesse la manière dont des cultures particulières s'approprient les flux culturels transnationaux ? Elles recèlent cependant d'importantes zones d'ombre.

Tout se passe ainsi dans cette perspective comme si l'étude des enjeux suscités par l'internationalisation de l'audiovisuel pouvait être résumée à celle des processus d'appropriation culturelle que provoquent les flux transnationaux. Par contre, le cadre global — le système transnational des médias, son architecture, ses acteurs, leurs relations, les flux l'irriguant, les contenus

véhiculés — où se déroulent ces complexes appropriations est, lui, largement occulté.

Faute de prendre en compte les logiques de domination et de marchandisation qui structurent la circulation transnationale de l'audiovisuel, ces approches tendent à magnifier les logiques d'appropriation dont font l'objet les produits culturels étrangers sans en analyser les limites et les contradictions, n'offrant ainsi qu'une vision partielle du devenir des cultures à l'heure de la mondialisation.

Par ailleurs, l'absence chronique de validation empirique dont souffrent ces approches réduit, elle aussi, leur capacité à décrire, dans toute leur complexité, les enjeux que recèlent, pour les sociétés du Nord comme du Sud, les processus d'internationalisation des industries de l'audiovisuel.

**Bruno RAVAZ**  
**Président de l'Université du Sud Toulon Var,**  
**Maître de Conférences**

**Serge CHAUDY**  
**Doctorant de l'Université du SUD Toulon Var**

**Arnaud LUCIEN**  
**Enseignant chercheur à l'Université du SUD Toulon Var**

## **MEDIAS, TERRORISME ET MONDIALISATION**

« L'une des conséquences les plus troublantes du terrorisme, c'est qu'il peut inciter des pays à imposer des formes de contrôle et de réglementation qui fixent les limites à la démocratie, à la liberté d'expression et à des médias libres, indépendants et pluralistes » a déclaré Koïchiro Matsuura, Directeur Général de l'UNESCO, lors de la journée mondiale de la liberté de la presse, le 3 mai 2002 à Manille (Philippines).

En effet, force est de constater que la lutte contre le terrorisme conduit bien souvent les gouvernements à prendre des mesures liberticides. De nombreux pays ont promulgué des lois limitant les libertés civiles, réduisant les garanties contre les atteintes aux droits fondamentaux.

Ainsi, suite aux attentats du 11 septembre 2001 au Royaume -Uni le gouvernement adoptait une loi antiterroriste permettant de mettre en détention de façon illimitée, sans jugement, tout étranger soupçonné de constituer une menace pour la sécurité du pays.

Le *Patriot Act*, adopté en octobre 2001 aux Etats Unis confère des pouvoirs exceptionnels à la police et aux services de renseignement. Cette loi supprime toute délégation judiciaire pour procéder à des perquisitions, à des écoutes téléphoniques ou au contrôle du courrier et des communications par Internet....

*Ces mesures s'accompagnent généralement d'un véritable contrôle, d'une censure des médias, au nom du secret de l'enquête, de la sécurité intérieure... et finalement au détriment du droit à l'information et de la liberté d'expression. Récemment en France, le gouvernement bâillonnait les médias suite aux menaces du groupe terroriste AZF. Le quotidien régional local : « La dépêche du Midi » bravait l'interdiction et déclenchait la polémique.*

Une problématique éthique préoccupait alors les médias : quelles valeurs doivent primer ?

- La liberté d'expression et ses corollaires : droit à l'information, liberté de la presse...en tant que garantie du pluralisme : pilier de toute société démocratique.

Ou bien,

- La sécurité intérieure et internationale, qui sont aussi des garanties caractérisant une société démocratique, l'Etat de Droit.

Ces questions déontologiques renvoient nécessairement à la responsabilité des producteurs d'information qui, sans apporter de réponse, s'accordent uniquement sur le principe que la diffusion de ces informations sensibles ne doit pas s'appuyer sur de « l'opportunisme médiatique ».

Dans un contexte de mondialisation, de globalisation, d'absence de frontière, dans un espace public ne souffrant pas les exigences des législations nationales, aucune censure efficace ne peut plus empêcher la diffusion de telles informations. Sécurité et Liberté, ces deux valeurs doivent être conciliées, cet arbitrage, d'habitude dévolu au juge, appartient aujourd'hui aussi aux médias. A ces questions, s'ajoute la récupération d'évènements aussi tragiques à des fins politiques. L'exemple récent des attentats de Madrid montre à quel point ce jeu est dangereux. Cette désinformation fait partie d'une stratégie politique courante, auparavant Georges BUSH, Tony BLAIR... justifiaient leur intervention en IRAK par l'existence de prétendues armes de destruction massive,... La responsabilité des médias dans ces affaires doit être soulignée. Nombreuses étaient les entreprises de presse complices, par excès de connivence ou de crédulité ?

Ces problématiques démontrent l'importance d'une véritable régulation de la production de l'information sans pour autant porter atteinte à la liberté d'expression.

Des expériences ont déjà eu lieu, sur un modèle participatif, à travers la création de médiateurs au sein des producteurs d'information.

C'est bien une autorégulation éthique qui doit s'exercer. La réflexion doit donc être menée au sein des entreprises de presse. Elle amène nécessairement à une réflexion sur les intérêts plus larges des médias, et notamment dans leurs rapports avec les politiques.

## **SECTION 2: Les médias globaux et les politiques nationales**

**Marylaine CHAUSSÉ**

**Doctorante à l'Université de Québec à Montréal (Canada)**

### **PENSER LA MONDIALISATION À PARTIR DES DÉTERRITORIALISATIONS DES MÉDIAS ALTERNATIFS**

Le point de départ de la recherche que j'effectue est de sortir du terrain conceptuel miné des discours sur la mondialisation. Mon objectif est d'explorer le processus même de la mondialisation, et ce, à partir des territoires plus ou moins mondiaux ou locaux, mais toujours localisés que créent les médias alternatifs en se déterritorialisant et en se reterritorialisant... ou pour le dire autrement, en se mondialisant.

Les débats portant sur la mondialisation et ses conséquences abondent de même que les discours tendant à la définir. Cependant, les études sur le sujet offrent une lecture qui repose souvent sur des bases binaires et manichéennes. D'un autre côté, les analyses pensant les entre-deux offrent de nouveaux concepts, comme la glocalisation, qui taisent le caractère singulier et intensif des notions de départ. Pourtant, le territoire local ne constitue pas l'envers du territoire mondial, pas plus que le territoire plutôt social des médias alternatifs ne forme l'antipode du territoire plutôt économique des médias de masse... Chacune de ces abstractions se définit par, dans et à travers l'autre. Comme tous les concepts binaires, ils sont dans une zone de voisinage qui les modifie, les informe et les ordonne. Ils représentent, en fait, les pôles extrêmes d'un même axe, se côtoyant sans cesse dans un devenir pur qui jamais ne devient, car les concepts sont en relation de coprésence.

Pour ou contre la mondialisation, en général, et la mondialisation des médias, en particulier... Répondre à cette question ne constitue pas un des objectifs de cette communication, ni même de mes recherches. Au contraire, mon but est de sortir des discours sur les effets de la mondialisation pour éclairer ses conditions et manières d'existence, et ce, à travers les déterritorialisations et les mises en réseau des médias alternatifs.

C'est en regard des devenirs plus ou moins mondial, plus ou moins local et en étayant le processus même qui fonde et qui est fondé par les déterritorialisations/ reterritorialisations des institutions médiatiques à dominante locale que je me propose de conceptualiser autrement la mondialisation

Enfin, alors que divers « forums » mondiaux se tournent vers un questionnement quant à la société de l'information, une réflexion sur la mondialisation et les médias implique aussi, à mon avis, de penser comment s'organise ou s'organisera le socio-politique alors que les sociétés se

transforment. Par conséquent, je conclurai cette communication en tentant de répondre à la question en quoi cette « nouvelle » configuration de la mondialisation se veut non pas exclusivement différente, mais aussi plus performante. En d'autres termes, comment ce cadre conceptuel de la mondialisation permet-il de réamorcer un dialogue mondial entre les acteurs politiques, économiques et sociaux sur des bases renouvelées ?

**Bernard WUILLÈME**  
**Maître de conférences à l'Université Lyon 3 Jean Moulin**

## **LA RADIODIFFUSION INTERNATIONALE : PASSE, PRESENT, FUTURE**

La chute du Mur de Berlin survenue le 9 novembre 1989, marque symboliquement la fin d'un monde bipolaire basé sur une opposition Est-Ouest. Après une période de Guerre Froide qui s'est étendue sur 45 ans, il nous a semblé utile de faire le point sur l'avenir de la radiodiffusion internationale, voire de son utilité, dans ce nouveau contexte de décrispation politique.

Pour mener à bien cette recherche, nous avons écouté, enregistré, puis analysé le contenu et surtout le discours des radiodiffuseurs internationaux émettant en français : Allemagne, Arménie, Autriche, Belgique (Radio Vlaanderen, Radio Télévision Belge Française), Bulgarie, Canada, Chine, Espagne, Etats-Unis, Finlande, France (Radio France Internationale, Radio France Internationale Afrique et Radio Monte-Carlo Moyen-Orient), Grande-Bretagne, Grèce, Hongrie, Italie, Iran, Israël, Japon, Malte, Maroc, Nations-Unies, Roumanie, Russie, Slovaquie, Suisse, Syrie, Taïwan, Tchéquie, Tunisie, Vatican.

Soit 30 stations de radio internationale, à partir de 3 journaux parlés et des magazines radios (lorsqu'ils existent).

Ce travail nous a permis de constituer une typologie des radiodiffuseurs internationaux qui se présente selon 3 groupes :

- les radios de souveraineté, c'est-à-dire les radiodiffuseurs les plus puissants en termes de moyens radiophoniques et en termes de taille économique et politique et qui s'adressent aux pays destinataires pour leur délivrer un point de vue presque « institutionnel ». Les récepteurs des émissions radiodiffusées ont besoin des informations de ces pays les plus importants sur la planète. Il s'agit de : British Broadcasting Corporation (BBC), Voice of America (VOA), Radio France International (RFI) et RFI Moyen-Orient, Deutsche Welle, Radio Autorita Italia (RAI), Radio Japon, Radio Vatican et Radio des Nations-Unies.

- les radios d'opportunité : radiodiffuseurs qui ne parlent que d'eux par rapport à un objectif précis : Autriche, Bulgarie, Hongrie, Roumanie, Tchéquie, Slovaquie, Chine, Taïwan (par rapport à la Chine), Iran, Tunisie, Grèce,

- les radios de communautés : radiodiffuseurs internationaux qui ne parlent que du pays émetteur, en vue de créer un esprit communautaire, afin de parler à la communauté à l'étranger, ou encore de se justifier face à d'autres communautés. Ces communautés peuvent être aussi le fait d'une diaspora.

Chaque type ayant ses propres caractéristiques que l'on peut appréhender à partir de leur approche thématique des nouvelles et des magazines et de la « vision du monde » qu'ils expriment.

Un autre volet de cette recherche nous a permis de mieux comprendre le nouveau « paysage radiophonique international » et de faire le point sur l'avenir de ce type de télécommunication dans le nouveau contexte politique de mondialisation.

Les principaux constats sont tout d'abord une tendance à la disparition de l'utilisation des ondes courtes car même si elles franchissent les frontières et les obstacles, elles semblent condamnées, car les progrès techniques les rendent obsolètes.

Si le monde se pacifie, qu'elle sera l'utilité de la radiodiffusion internationale ? Toutefois, la radiodiffusion internationale reste un moyen d'information qui a ses propres caractéristiques et surtout des spécificités. L'affrontement idéologique Est-Ouest ayant disparu ou presque, il semble que l'on se dirige vers un affrontement inter-communautaire. Qui écoute ? Les pays qui n'ont pas les moyens médiatiques nécessaires et suffisants pour s'affirmer que vont-ils devenir si les ondes courtes ne sont plus utilisées ? Comment vont-ils se « faire entendre » ?

La communication se mondialise, s'internationalise, de nombreux auteurs l'affirment et nous pouvons nous-mêmes le constater en tant qu'auditeur et/ou téléspectateur. Cette situation ne risque-t-elle pas de provoquer un phénomène de radicalisation de ces communautés et des radiodiffuseurs correspondants, afin de sauvegarder cette identité communautaire ainsi redéfinie ? Que va-t-il se passer pour les états à faible potentiel en radiodiffusion internationale, ce qui représente presque 2 continents : Amérique centrale et du sud et Afrique ? La puissance des télévisions internationales va-t-elle suppléer à l'absence de moyens d'information nationaux et internationaux ? Les radios "d'opportunité" continueront de se créer et de disparaître au gré des... opportunités : conflit, entrée dans une communauté économique.

La question se pose de l'avenir de la radiodiffusion internationale.

**Paulina DALMAYER**  
**Doctorante à l'Institut Français de Presse**  
**(Université Paris II Panthéon Assas)**

## **L'EUROPEANISATION DE L'ESPACE PUBLIC POLONAIS. UN NOUVEAU DEFI DE LA PRESSE POLONAISE ?**

Comme l'annonce le titre du sujet de notre communication nous nous intéressons à l'évolution de l'espace public polonais et au rôle que joue et qu'a joué la presse polonaise dans cette évolution. Nous allons ainsi tenter de confirmer deux hypothèses. Premièrement l'hypothèse qui défend l'idée de l'importance capitale du mouvement citoyen polonais, dès les années 70 dans la mise en place de l'espace public, et dont l'ampleur et la vitalité ont tout simplement rendus possibles les événements du printemps 1989. Il n'est pas question de relativiser ici l'importance politique, sociale et symbolique de la fin du rideau de fer mais de démontrer que sans les efforts préalables de l'opposition démocratique et sans la mobilisation générale de la société, n'auraient pas vus le jour les accords signés en avril 1989 à Varsovie lors de ce que l'on a appelé la Table Ronde. La deuxième hypothèse met en lumière le phénomène paradoxal auquel est à présent soumis l'espace public polonais. D'un côté il convient de dénoncer « l'eupéanisation » de cet espace suite à l'adhésion de la Pologne à l'Union européenne, de l'autre sa « nationalisation » dans le sens où les acteurs de celle-ci veillent à préserver son « véritable » caractère polonais, tant dans le cadre de l'Etat-Nation que dans le cadre des structures supranationales auxquelles elle appartient désormais. La confirmation de ces deux hypothèses encouragerait à observer la plus grande prudence dans la formulation de constats sur l'apparition d'un espace public européen, voire occidental et même mondial, et inviterait plutôt à reconnaître le caractère par trop précipité d'une telle démarche.

« Un espace public est avant tout le résultat d'un processus lent »<sup>1</sup> écrivait Dominique Wolton en ajoutant à cela une deuxième condition *sine qua non* pour qu'un espace public puisse être reconnu comme tel : la coupure entre vie privé et vie publique. Dans l'histoire de la société polonaise au XXe siècle ces deux éléments se sont rencontrés dans la seconde moitié des années 70 en dépit du régime autoritaire en place. C'est à partir de cette décennie que la contestation intellectuelle du système politique soviétisé perd de son caractère élitiste, sort des salons et commence à lutter aux côtés des ouvriers avec la création du KOR.<sup>2</sup> Auparavant la sphère publique en Pologne, dans le sens où Habermas le

---

<sup>1</sup> Dominique Wolton, *La Dernière utopie. Naissance de l'Europe démocratique.*, Paris, Flammarion, 1993, p.178

<sup>2</sup> KOR- Komitet Obrony Robotnikow (le Comité de Défense des Ouvriers - en polonais) est créé en septembre 1974 par 14 intellectuels afin de mobiliser l'opinion publique contre le

comprend, n'existait pas. Dès l'instauration du régime communiste à l'issue de la Seconde Guerre mondiale, en passant par la période stalinienne, puis « le dégel » de 1956 et jusqu'aux manifestations étudiantes de mars 1968 toutes les initiatives visant à élargir la sphère d'action indépendante du contrôle étatique étaient soit rapidement étouffées par le pouvoir, soit fonctionnaient dans les limites restreintes de liberté autorisées par ce pouvoir et qui lui servaient d'argument fort en faveur de son prétendu « pluralisme », notamment aux yeux de l'Occident. En effet et comme le soulignaient les spécialistes dans ce domaine, pour ne citer qu'Arendt et Kolakowski<sup>3</sup>, le trait dominant du régime communiste était son omniprésence dans toutes les formes des activités sociétales. L'objectif n'était pas seulement d'éliminer des dangers potentiels mais également de régler et de réglementer les moindres détails de la vie de tous les jours de chaque citoyen. La meilleure description possible de la situation de la presse durant cette période se résumerait dans ce que Habermas appelait « l'utilisation manipulatrice des médias dans la création d'une loyauté des masses et d'une soumission face aux impératifs systémiques »<sup>4</sup>. Toutefois, même dans les années de plomb les tentatives de contourner la censure étaient constantes particulièrement dans la presse satirique (tels les hebdomadaires culturels comme *Szpilki* ou *Przekroj*) et dans la presse catholique (comme le célèbre hebdomadaire cracovien *Tygodnik Powszechny*). C'est ainsi que le lecteur s'habitua à lire entre les lignes et à accorder la plus grande attention aux lignes blanches, stigmates de l'intervention des censeurs et que les rédactions laissaient volontairement apparaître. La vie sociale était marquée par une profonde dichotomie entre l'idéologie dominante, exposée à la une du quotidien super-star du régime communiste *Trybuna Ludu* et les croyances personnelles des gens. Dans les années 70 le « double-think » orwellien est arrivé à son terme, plus personne ne croyait à la suprématie idéologique, politique, sociale ou technologique des « démocraties populaires » mais ceux qui osaient le dire à haute voix étaient peu nombreux.

En septembre 1975 advient un événement important dans l'histoire de la guerre froide, la signature de l'acte d'Helsinki par 32 pays européens dont l'Union soviétique et ses pays satellites, et par le Canada. Cet acte promettait le respect des « libertés fondamentales », y compris de la liberté d'expression, de pensée, de culte, de conscience et de conviction (la dite troisième corbeille). Certains chercheurs comme John Downing<sup>5</sup> voient en cet événement le début d'une nouvelle ère dans le développement de la culture alternative polonaise

---

gouvernement réprimant sévèrement les ouvriers tout comme pour fournir une aide concrète, judiciaire et financière, aux persécutés.

<sup>3</sup> Voir notamment à ce sujet : *Le système totalitaire* de Hannah Arendt, Editions du Seuil, Paris, 1972 et Leszek Kolakowski *Moje sluszne poglady na wszystko*, éd. Znak, Cracovie, 2000 ainsi que *Thesis on Hope and Hopelessness* in: "Survey", summer 1972

<sup>4</sup> Jürgen Habermas « L'espace public », éd. Payot, Paris, 1992

<sup>5</sup> John Downing « Internationalizing Media Theory », Sage Publication, London, 1996

englobant les publications clandestines, les « everyday' medias » comme les graffiti ou même les inscriptions sur les tee-shirts, les actions menées dans des universités, les manifestations, les réunions informelles. Vu de l'Est la conférence d'Helsinki donnait certes l'espoir à l'opposition démocratique d'acquérir un champ de manœuvre un peu plus large mais assez rapidement cet espoir était balayé, ne serait-ce que par la réaction très violente de la milice face aux manifestations ouvrières de Radom en juin 1976. Nous serions plutôt favorable à l'idée que c'est justement l'effondrement de tout espoir de réformer « de l'intérieur »<sup>6</sup> le système en place qui a poussé de manière tout à fait inattendue la société entière à agir. Ce sont, *nomen omen*, les « Thèses sur l'espoir et le désespoir » de Leszek Kolakowski, publiées en Pologne en 1971, qui ont posé les bases théoriques de la nouvelle stratégie oppositionnelle de la gauche laïque. Désormais la résistance devrait exploiter l'incohérence intrinsèque du système afin de parvenir à sa transformation graduelle. Le nouvel ethos d'autodétermination sociale se créait autour de réseaux citoyens totalement indépendants de l'Etat et qui redonnaient à chaque participant la confiance en sa capacité propre à agir dans la sphère publique. Cette forme de démocratie « anticipative » comme la nomma un de ses co-créateurs, Adam Michnik, a engendré un flot de publications clandestines. Quelques 85 titres circulaient en Pologne avant 1980.<sup>7</sup> C'est le bulletin des grévistes du chantier naval de Gdansk qui a prêté son nom, Solidarnosc, à un mouvement social sans précédent. Entre 1980 et l'introduction de la loi martiale en Pologne en décembre 1981 près de 1600 périodiques clandestins ont été publiés.<sup>8</sup> Durant l'état de guerre ce nombre diminue à peine de moitié ce qui témoigne d'un côté d'une capacité d'organisation extraordinaire, de l'autre de la demande constante d'une information autre que celle que servaient les médias officiels.

L'éthique de Solidarnosc n'a pas survécue, non pas comme c'est courant de le croire suite aux bouleversements de 1989 et aux premières élections libres qui ont opposé deux de ses figures emblématiques, Tadeusz Mazowiecki et Lech Walesa, mais elle n'a même pas survécue à la décennie des années 80. Le climat social, quoi qu'il ne soit pas mesurable scientifiquement, a changé dès les années 1983-84. Par conséquent c'est le caractère de ce fragile espace public polonais qui s'est modifié. Bien que certains sociologues<sup>9</sup> aient observé le phénomène d'uniformisation des attitudes, des aspirations et des modèles de comportement des intellectuels et de la classe ouvrière en Pologne tout au long

---

<sup>6</sup> N'oublions pas que jusqu'en 1968 aussi bien Leszek Kolakowski que Jacek Kuron, étaient tous les deux membres du Parti Ouvrier (PZPR)

<sup>7</sup> Chiffre avancé par le Katalog Mediow Polskich (le Catalogue des Médias Polonais), éd. Press, Poznan, 1999

<sup>8</sup> idem

<sup>9</sup> Voir notamment à ce sujet l'analyse d'Aleksander Smolar *Vers la citoyenneté post-communiste. Le cas de la Pologne.*, in : « L'Autre Europe », éd. L'Age d'Homme, Lausanne, juin 1994, n°28-29

de la décennie des années 80, la crise identitaire de la pensée de gauche qui traversait cette même époque a modifié considérablement le profil idéologique de l'opposition et a mené finalement à sa fragmentation. « En moins de six ans, de 1982 à 1987, les intellectuels de l'opposition démocratiques passent *grosso modo* d'une conception gauchisante de la société civile à une conception libérale occidentale »<sup>10</sup>. Dans le cadre de ce programme libéral plusieurs associations<sup>11</sup> ont été créées pour le développement des entreprises et chacune disposait de son propre « organe » de presse. L'ère était favorable à la croyance selon laquelle le marché et l'opportunité d'auto-organisation qu'il offre entraîneraient nécessairement des changements démocratiques dans la sphère politique. A croire Adam Michnik<sup>12</sup> le « gros des troupes » intellectuelles gardait tout de même une sensibilité de gauche en rejetant le libéralisme dans la sphère économique et en se réclamant des Lumières, prônant la séparation de l'Eglise et de l'Etat, ainsi que la politique du dit « grand trait » donc de l'hostilité à la chasse aux communistes. Ceci étant dit, il semble nécessaire de mettre accent sur le fait que l'intelligentsia polonaise restait la plus fortement pro-européenne de tout le bloc communiste.

Le thème du « retour à l'Europe » a guidé l'opposition démocratique durant tout le demi-siècle de la lutte anti-soviétique. L'Europe faisait référence tant au niveau politique et économique qu'au niveau social et culturel. Ce sont également les philosophes européens, tels que Gramsci, Habermas et Bonhoffer qui ont inspiré le projet de reconstitution de la société civile polonaise élaboré par l'opposition dans les années 70.<sup>13</sup> Les observateurs étrangers n'hésitaient pas à évoquer une très forte idéalisation des démocraties occidentales par l'opposition polonaise. Et le choc de l'année 1989 fut d'abord celui de la confrontation des idéaux avec la réalité. L'exercice de la démocratie s'est vite avéré une tâche difficile, voire impossible à accomplir sans l'encadrement institutionnel de l'Union européenne. Tous les gouvernements polonais successifs, aussi bien de droite que de gauche, persistaient dans leurs efforts pour faire accepter la candidature de la Pologne, d'abord à l'OTAN, puis à l'Union européenne. Car incontestablement ce qui posait le plus de problèmes, sinon ce qui menaçait la jeune démocratie polonaise, était la reconnaissance mutuelle de légitimité de

---

<sup>10</sup> Philippe Chappert *Les intellectuels polonais et le projet de reconstruction d'une société civile en Pologne dans les années 1970-1980*, in : « L'Autre Europe », éd. L'Age d'Homme, Lausanne, mai 1995, n°30-31

<sup>11</sup> Notamment la Société Industrielle à Cracovie et la Société économique à Varsovie

<sup>12</sup> Cet intellectuel par excellence, si l'on peut dire, évoquait l'héritage de la pensée de John Stuart Mill dans le fondement des valeurs de la gauche laïque. Voir : *L'Eglise et la gauche, le dialogue polonais*, Seuil, Paris, 1979

<sup>13</sup> L'adaptation de l'approche néogramscienne a joué un rôle de premier plan dans la stratégie de l'opposition démocratique. Une analogie était alors mise en évidence entre la position dominante de la nomenklatura communiste -sur le plan idéologique et des rapports de classe- sur le reste de la société, et celle occupée par la bourgeoisie à l'égard de la classe ouvrière et des autres groupes de la société capitaliste du début du XXe siècle.

tous les acteurs de la nouvelle scène politique et publique. Bien que toutes les conditions reconnues comme inséparables du processus de la démocratisation<sup>14</sup> étaient, dans le domaine des médias, pleinement réalisées, l'héritage du système communiste est encore et toujours présent. Il se manifeste, selon notre estimation, à travers un certain aspect de la culture politique formée tout au long de la période autoritaire/totalitaire.<sup>15</sup> Aussi bien le Parti ouvrier que le mouvement Solidarnosc, sorti de la clandestinité en 1989 et représenté actuellement par quelques partis politiques ainsi que par un syndicat puissant, fonctionnaient dans un monde bipolaire divisé en « nous » et « eux ». Cette bipolarité était clairement lisible tant dans la presse officielle de l'époque communiste que dans les samizdat. Et elle a survécu à la transformation vers la démocratie pluraliste de type occidental. A la lecture de la presse polonaise à la veille de l'adhésion de la Pologne à l'Union européenne, le lecteur pouvait se croire toujours dans un monde manichéen, divisé entre un « nous », donc ceux qui ont forcément raison, et « eux » qui ont forcément tort, sauf que les lignes de démarcation ne sont plus les mêmes. Désormais c'est entre les euroenthousiastes et les eurosceptiques que le combat est mené. Cependant, aussi bien les partisans que les opposants de l'élargissement ont des représentants au parlement et agissent dans la légalité. Mais la violence verbale à laquelle recourt la presse, l'incapacité de reconnaître en « eux » des partenaires légitimes du dialogue, la rhétorique chargée d'émotions au détriment de la présentation neutre des faits, montrent à quel point les vieilles habitudes persistent. « Les médias libres ne sont pas nécessairement démocratiques en terme de reflet, plein et représentatif, de contenu, de la gamme de points de vue, ou d'accès, de participation et de responsabilité sociales »<sup>16</sup> résumait un sociologue polonais. Il est difficile à l'heure actuelle de déterminer quelle est la contribution de « l'Europe unie », un projet assez imprécis en soi et dont les institutions se voient souvent accusées de « déficit démocratique »<sup>17</sup>, dans la démocratisation

---

<sup>14</sup> Nous pouvons admettre que le processus de démocratisation dans le domaine des médias serait, comme le proposait Manaev, le passage de « l'unité à la diversité », et qu'il se déroulerait sur plusieurs niveaux : 1) politique : les médias deviennent indépendants grâce à la séparation des pouvoirs ; 2) économique : les médias gagnent leur indépendance économique par rapport aux institutions du pouvoir ; 3) social : les médias deviennent un sujet actif de la communication et dépendent de leur public ; 4) technologique : les médias incorporent toutes les nouvelles technologies ; 5) professionnel : les journalistes adoptent le principe de l'objectivité dans la pratique de leur métier. Voir : Manaev *Media Autonomy and the State in Post-Communist Society : Diversity vs. Unity*

<sup>15</sup> La distinction faite entre ces deux formes par Hannah Arendt pourrait constituer un autre sujet de dissertation. Voir : Hannah Arendt *Le système totalitaire*

<sup>16</sup> Karol Jakubowicz *L'évolution vers des médias démocratiques et libres en Europe centrale-combien faudra-t-il de temps pour y parvenir ?* in : « L'Autre Europe », éd. L'Age d'Homme, Lausanne, avril 1996

<sup>17</sup> La question du déficit démocratique de l'Union européenne a été largement discutée, voir à ce sujet : Kevin Featherstone *Jean Monnet and the Democratic Deficit in the EU* in : « Journal of Common Market Studies vol.32 :2, 1994

de l'espace public polonais. De même il est difficile d'évaluer le niveau d'« européanisation » de l'espace public polonais dans le sens qu'a donné Radaelli à ce concept : de construction, de diffusion et d'institutionnalisation de normes formelles mais aussi informelles, de paradigmes politiques mais aussi de croyances lesquelles sont premièrement définies et consolidées par les décisions de l'Union européenne.<sup>18</sup> Le rôle des médias dans ce processus restant tout aussi ambigu. D'un côté la presse s'est diversifiée au cours des quinze dernières années et répond au besoin des publics, même si ces publics restent ciblés, de l'autre elle n'apporte pas de preuves de la volonté de faire communiquer ces différents publics entre eux. Dans la perspective de la construction d'un espace public européen ce phénomène, observable d'ailleurs dans tous les pays membres comme dans les pays candidats, ne prévoit ni le lancement prochain d'un ou plusieurs médias véritablement européens, ni, par conséquent, l'instauration d'un débat européen sur les questions essentielles de l'Union élargie. La problématique européenne reste à l'heure actuelle discutée dans le cadre des Etats-Nations et à travers le prisme des intérêts nationaux.

---

<sup>18</sup> Claudio M. Radaelli *Whiter Europeanisation ? Concept stretching and substantive change* in : « European Integration online Paper (EioP) vol.4, n°8, 2000

**Thierry LANCIEN**  
**Professeur à l'Université Michel de Montaigne Bordeaux 3**

## **L'ACTION AUDIOVISUELLE EXTERIEURE DE LA FRANCE : LE CAS DE L'INFORMATION TELEVISEE SUR TV5**

Dans le cadre d'une réflexion sur la nature et les enjeux de l'internationalisation de chaînes télévisées durant ces dernières années, le cas de l'information sur la chaîne francophone TV5 est doublement intéressant.

D'abord parce qu'il pose la question de la conception de dispositifs d'information capables de prendre en charge un public international extrêmement diversifié, ensuite parce qu'il traduit des choix institutionnels et politiques qu'il semble important d'examiner.

### **Le choix de la polyphonie**

Après avoir lancé en 1984, avec leurs partenaires belges, suisses puis québécois, une chaîne francophone, les responsables de TV5 envisagèrent tout d'abord l'information télévisée comme la mise bout à bout de journaux télévisés produits par les différentes chaînes du consortium. Le téléspectateur se retrouvait du même coup, comme l'a bien montré Florence Gaillard (1), dans une situation de « téléspectateur tiers » puisqu'il était amené à regarder des émissions qui n'avaient pas été conçues pour lui. Si l'on ajoute à cela la grande hétérogénéité du public dit francophone (2), on comprendra mieux pourquoi les professionnels en charge de l'information ont ensuite cherché à diversifier le plus possible les émissions proposées. Dans les années quatre vingt dix, on pouvait ainsi trouver sur TV5, des émissions privilégiant le factuel, à travers des flashes d'information en infographie neutres et référentiels ou au contraire un journal télévisé au cours duquel le présentateur accueillait une personnalité francophone qui avait à commenter l'information. La chaîne cherchait donc à atteindre ses différents publics, soit en effaçant le plus possible énonciation et médiation (les flashes en infographie), soit en assumant au contraire pleinement la médiation journalistique pour faciliter les processus d'interprétation chez le téléspectateur (3). Avec une portée plus générale, la vraie question qui est ici soulevée consiste à savoir si dans le cas d'une internationalisation ou d'une transnationalisation télévisuelles, l'information sera mieux reçue et interprétée à travers des dispositifs jouant sur l'effacement énonciatif ou au contraire sur une forte médiation. Aujourd'hui, le dispositif de TV5 semble assumer pleinement une conception plutôt polyphonique de l'information représentée par des émissions très diversifiées.

## D'une tradition culturelle à une stratégie politique

En dehors de ses caractéristiques médiatiques, l'information télévisuelle sur TV5 a été l'objet de débats que l'on peut suivre à travers les différents rapports sur la politique audiovisuelle extérieure de la France remis aux gouvernements successifs depuis 84 (4). A dix années d'intervalle, dans les rapports Péricard (87) et Cluzel (97), on retrouve une volonté affichée de promouvoir une information française internationale à côté de TV5, chaîne qui resterait francophone mais serait recentrée sur une programmation accordant moins de place à l'information. Avec le projet actuel d'une chaîne française internationale d'information, défendue par le président de la république et baptisée par les médias « CNN à la française », c'est donc ce courant qui semble l'emporter.

Cette orientation relève à notre avis d'un souci d'influence géo-politique, alors que le développement de TV5 est plutôt à resituer dans une vision culturelle de la diffusion audiovisuelle française. Il faut rappeler que cette diffusion qui commença par l'envoi de cassettes aux ambassades de France chargées de les donner ensuite aux chaînes nationales intéressées, a longtemps été marquée par la gratuité, le monolinguisme et le caractère généraliste des programmes. On peut faire l'hypothèse qu'il s'agissait d'ailleurs là de l'héritage d'un courant de pensée qui s'était manifesté à la fin du dix deuxième avec la création des Alliances françaises puis plus tard celle des Instituts et Centre culturels et pour lequel la diffusion culturelle devait se faire gratuitement et dans le cadre du service public.

L'engagement de la France pendant vingt ans dans l'aventure francophone de TV5 nous semble être à relier à cette vision tandis que la création de la chaîne française internationale d'information représenterait une rupture dont il est encore difficile de mesurer la nature et les effets.

On peut toutefois déjà penser que si cette chaîne ne devait être qu'une sorte de « voix de la France » habillée en plusieurs langues, elle aurait de fortes chances de rencontrer bien des problèmes de réception, faute de réfléchir aux questions interculturelles que pose l'internationalisation de l'information.

- (1) Gaillard F., TV5 Europe, une nouvelle race de télévision ? in *Médiaspouvoirs* 21, mars 1991
- (2) Il y aurait d'ailleurs intérêt à distinguer les francophones proprement dits des francisants.
- (3) Voir Lancien Th., L'information transnationale : problèmes de conception et de réception in Mouchon J, Massit-Folléa F., *Information et démocratie*, St cloud, ENS Editions, 1997
- (4) Rapports Péricard (1987), Decaux (1989), Balle (1996), Cluzel (1997), Imhaus (1997), Pomonti (1997).

## **SECTION 3: Les médias et les industries culturelles à l'échelle mondiale**

**Claude LE BOEUF**  
**Professeur Émérite à l'Université de Montpellier 1**

### **PROPOSITION D'UNE NOUVELLE APPROCHE MARKETING DES MEDIAS**

La nouveauté en Marketing s'inscrit dans une démarche habituelle de différenciation. L'obsolescence, inhérente au système, est programmée pour nourrir la demande. Aussi, mon projet n'est-il pas de mettre en évidence les ficelles du métier et contribuer à la course au *toujours plus* décrite par Paul WATZLAWICK. Je suis partisan d'explicitier la posture scientifique, le regard porté à l'objet « Marketing » donc quitter les paradigmes de l'économie néolibérale pour gagner en efficacité. Je propose une « nouvelle » approche tenant compte de la rupture épistémologique mise en évidence par MORIN pour appréhender *la complexité*.

#### **I - Le « toujours plus », approche traditionnelle du Marketing des médias**

Le Marketing permet de *construire l'offre en fonction de la demande*. Sa particularité tient au processus visant à satisfaire les objectifs de l'entreprise à travers la satisfaction des clients. Elle se fonde sur leur connaissance préalable. L'« approche » Marketing est une façon de mettre en œuvre, une démarche de connaissance.

Actuellement, les médias connaissent des succès variables. Dans la plupart des cas, pour relancer ou développer l'activité, on applique les recettes ayant déjà fait leurs preuves ailleurs. Il s'agit d'un *Marketing d'imitation*. Ainsi approche-t-on le marché en se demandant quel « plus » améliorerait la satisfaction de la clientèle.

Dans le domaine de la recherche quantitative, les nouvelles technologies d'information et de communication revitalisent l'analyse multidimensionnelle des données des années soixante-dix et les techniques de sondage. Différentes approches sont mises en œuvre : Le *Marketing interactif*, le *Marketing relationnel*, le *GéoMarketing*, la modélisation.

Dans le domaine de la recherche qualitative, les approches dites nouvelles se succèdent de plus en plus rapidement. Elles se focalisent sur des aspects des consommateurs jusque-là négligés qui, par différence, devraient apporter des avantages concurrentiels. Citons : L'approche éthique, l'approche sensorielle,

l'approche tribale, l'approche virale.

La nouveauté de la plupart des approches Marketing mises en œuvre par les médias porte plus sur la forme (l'appellation) que sur le fond et ne constitue pas de véritables innovations. Les variables, les valeurs sont a priori déterminées comme explicatives et donnent lieu à des investigations sur le terrain afin de les valider. Fondamentalement, les interactions entre les acteurs du système ne sont pas prises en compte.

## **II - Comment sortir le Marketing de la situation paradoxale des médias**

Les stratégies de niche, de différenciation conduisent à une course sans fin au « toujours plus ». Nous proposons de « faire autrement » : d'approcher les marchés en tenant compte de la rupture épistémologique annoncée par Edgar Morin avec la perspective d'un changement prometteur.

Comme tout système social, le secteur des médias est complexe, mais en plus il présente des spécificités qui militent pour un changement d'optique : les journalistes sont aux prises avec leurs paradoxes : l'information n'est pas un produit ordinaire, les distributeurs et les consommateurs d'information sont pleinement des acteurs du système.

L'intérêt de la Pensée complexe est de cadrer autrement les marchés, quittant le niveau individuel pour le social avec la composante fondamentale que sont les interactions.

L'approche est fondée sur de nouveaux paradigmes : L'objet et le sujet sont interdépendants. Edgar MORIN énonce trois principes directeurs pour approcher la complexité : Le principe dialogique, le principe récursif, le principe hologrammatique. Le recours à la Systémique est complété par le Constructivisme, car les individus ont leur propre vision du monde et construisent leur propre réalité.

La proposition est en rupture avec l'approche Marketing traditionnelle. Elle remet en cause des notions bien établies, celles de demande et de consommateur... Elle invite à construire autrement l'offre de l'entreprise médiatique. Elle préconise l'abandon de l'intrapsychique. La solution est à trouver dans les interactions contextualisées. Il en découle que la demande, au sens Marketing, est une notion ambiguë, relevant plus de la structure sociale que des individus.

Les principes de la complexité nous invitent à considérer que l'offre n'est pas produite par la seule organisation médiatique. Elle est coproduite par tous les acteurs du système concerné. Les stratégies sont à repenser en termes d'« action avec » et non d'« action sur » les individus.

Avec cette contribution se dessine le projet d'une « anthropologie de l'information », couvrant la production, la distribution et la consommation des informations et visant la compréhension des usages de l'information dans la

réalisation des individus, dans leur construction du monde. Elle devrait ouvrir des perspectives intéressantes pour les professionnels des médias.

**Philippe BOUQUILLION**  
**Professeur à l'Université Paris 8**  
**Chercheur à la Maison des Sciences de l'Homme Paris-Nord**

## **CONCENTRATION ET FINANCIARISATION DANS LES INDUSTRIES DE LA CULTURE, DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION**

Cette proposition de communication porte sur le renforcement du fonctionnement oligopolistique des industries de la culture, de l'information et de la communication. L'audiovisuel, les industries éditoriales, les télécommunications, et l'informatique ont en effet connu de très importants mouvements de concentration en Amérique du Nord comme en Europe durant les années quatre-vingt-dix. Ces mouvements de concentration, qui comptent parmi les plus importants de l'histoire du capitalisme, se sont appuyés sur les avancées de la « financiarisation ».<sup>19</sup> Dans le même temps, les industries de la culture, de l'information et de la communication ont connu de profondes mutations sur les plans des :

- cadres réglementaires des marchés (libéralisation de secteurs anciennement sous monopole, libéralisation des échanges internationaux de biens et de services) ;
- structures financières (libéralisation de la circulation des capitaux, financiarisation) ;
- structurations industrielles (concentration et renforcement du fonctionnement oligopolistique) ;
- formes de production, de reproduction et de diffusion (existence ou non d'un support matériel, multi-support, « granularisation » et différenciation) ;
- valorisations et modes de mise en marché (multi-financement, adjonction de services aux contenus).des cadres réglementaires des marchés

Nous proposons de retenir le thème de l'oligopole comme fil directeur de l'étude de ces nouvelles logiques socio-économiques. En effet, cette thématique rend compte des cinq niveaux de mutations que nous avons définis. Il ne s'agit pas de considérer le renforcement de l'oligopole comme le facteur unique de mutation des industries culturelles. Mais il constitue néanmoins le cadre dans lequel ces industries se développent.

---

<sup>19</sup> La financiarisation désigne le fait que les pôles ou groupes industriels sont cotés à la bourse. La notion de financiarisation renvoie donc à la question de la propriété et au contrôle des industries. Par extension, la financiarisation peut également désigner la montée de la participation des acteurs financiers internationaux, notamment anglo-saxons, au sein du capital des pôles. En France, la montée du capital étranger au sein de l'actionnariat des principaux acteurs de la communication est significative.

Lors de la présente communication nous proposons d'aborder trois points :

- Les enjeux financiers du renforcement de la concentration
- L'oligopolisation et l'intégration de la filière
- Les liens entre le renforcement de l'oligopole et les transformations de l'offre industrielle
- Les enjeux de la formation de l'oligopole pour les politiques publiques

Cette proposition de communication s'appuie sur deux recherches. La première porte sur les stratégies financières, industrielles et géographiques des principaux groupes industriels mondiaux oeuvrant dans la culture, l'information et la communication.<sup>20</sup> Cette recherche a été réalisée dans le cadre d'un laboratoire universitaire, le Gresec (Grenoble3) pour le compte du Centre National de la Cinématographie et de la direction du Développement des médias. Elle a été produite en collaboration avec Bernard Miège et Christian Pradié. La seconde recherche porte sur la propriété étrangère dans les médias et les industries culturelles. Elle a été effectuée à la demande du Centre d'études des Médias de l'université Laval (Québec-Canada). Ces recherches sont achevées, toutefois, nombre de questions restent ouvertes. Nous présenterons donc autant de résultats que de questionnements.

## **1. Les enjeux financiers du renforcement de la concentration**

Afin de penser les enjeux financiers et leur articulation avec les enjeux industriels, deux questionnements sont à articuler : les objectifs des opérations de concentration et la capacité d'influence de la sphère financière sur les acteurs industriels.

Premièrement, nous nous sommes interrogé sur les objectifs que se fixent les opérations de concentration. Elles peuvent correspondre soit à des objectifs d'ordre financier, la réalisation de plus values à court ou moyen termes, soit à des objectifs d'ordre industriel, développer des synergies industrielles entre les diverses composantes des nouveaux groupes ou pôles<sup>21</sup> constitués. Notre postulat est que nombre de ces opérations ont des motivations qui sont d'abord financières, en particulier lorsque les groupes sont financiarisés. Les pôles constitués sur de telles bases sont plus instables du fait de la disparition des

---

<sup>20</sup> Parmi ces groupes ont été étudiés : AOL-Time Warner, Bertelsmann, Disney, Lagardère, Liberty Media, Mediaset, News Corporation, Pearson, Sony, Suez, TF1, Viacom, Vivendi, etc.

<sup>21</sup> La distinction entre pôle, groupe, firme et cœur financier est importante. Les travaux de François Morin, principal spécialiste français de cette question, distinguent les groupes, qui sont des ensembles de firmes entretenant des synergies industrielles fortes, des pôles qui sont des ensembles de groupes qui n'entretiennent pas nécessairement de synergies industrielles, et les cœurs financiers qui sont, ou étaient, car ils ont assez largement disparu dans le cas français, les centres financiers (banques ou compagnies d'assurances) qui se partagent la propriété des principaux pôles et groupes. Le sens commun emploie plutôt le terme de groupes pour désigner ce que nous appelons ici des pôles.

« cœurs financiers », du moins dans un pays comme la France. Nous pouvons ainsi mieux comprendre pourquoi des pôles ou groupes connaissent de très importantes variations de leur périmètre. De même, la thèse fréquemment mise en avant par les chercheurs et par les politiques publiques selon laquelle des « champions nationaux » seraient en mesure d'intégrer la filière est ainsi invalidée.

Deuxièmement, les capacités d'influence de la sphère financière sur les acteurs industriels sont à analyser. Ce travail reste largement à entreprendre. Les liens entre les différents acteurs financiers (fonds d'investissement et de pensions, banques, compagnies d'assurances, mais aussi agences de notations et analystes financiers) et les responsables des managements des pôles qu'ils soient familiaux, publics, ou « managériaux » sont particulièrement complexes et obscurs. Cette analyse présente un double intérêt.

D'une part, en lien, avec l'interrogation précédente, nous serons à même de comprendre la contribution des acteurs de la sphère financière au déclenchement et à la conduite des opérations qui bouleversent les filières dont les très importantes fusions ou acquisitions sur le territoire national ou à l'extérieur constituent une illustration.

D'autre part, l'exploration de ces liens est une étape nécessaire afin de vérifier la thèse selon laquelle les acteurs financiers pèseraient sur les choix d'ordre « éditorial ». Notre postulat est que les acteurs financiers tant extérieurs, les banques par exemple, qu'internes, les « contrôleurs » financiers n'émettent que des demandes de cohérence et de rentabilité globales. Leurs « exigences » se limiteraient aux seules questions et enjeux financiers et ne s'aventureraient guère dans les choix éditoriaux, en tout cas de manière directe. Les règles de la « gouvernance » n'auraient alors guère de portée au-delà de la seule communication financière. Ce postulat qui n'est établi qu'à partir de vérifications empiriques réduites est à approfondir. Cette question renvoie à celle des enjeux industriels.

## **2.2. L'oligopole et la « filiarisation » des industries de la culture, de l'information et de la communication**

La création d'une filière intégrée de la communication rassemblant audiovisuel, industries éditoriales a souvent été annoncé. Les discours légitimant les plus grandes opérations de fusions comme celles entre Aol et Time Warner d'une part et Vivendi et Universal, d'autre part ont avancé la nécessité de relier les « contenants » aux « contenus ». Or, nous pouvons montrer que forts peu de pôle sont situés à la fois sur les matériels, les contenants et les contenus. De même, fort peu de pôles possèdent des actifs importants à la fois dans les télécommunications, l'informatique et les industries culturelles. Il convient de noter que AOL-Time Warner et Universal soit ont été démantelés, soit une partie du pôle s'est effondrée. En fait seules certaines formes partielles d'intégration de filières bien précises se sont produites. Ainsi, News Corporation

intègre d'amont en aval des activités relevant de la télévision commerciale. Bertelsmann intègre des activités relevant du livre ou de la presse écrite.

### **2.3. Les liens entre le renforcement de l'oligopole et les mutations de l'offre industrielle**

Outre les pressions prêtées aux acteurs financiers, l'« oligopolisation » s'accompagne du développement de « pouvoirs de marché ». Des exemples peuvent d'ores et déjà être cités :

- les économies d'échelles et d'envergure ;
- les stratégies qui consistent à assurer des liens exclusifs ou, le plus souvent, des liens privilégiés entre les « contenus » et les « contenants »<sup>22</sup> d'un même groupe ;
- les stratégies de création de barrières à l'entrée du marché par l'oligopole pris dans son ensemble ou par un pôle donné ;
- les stratégies de surenchères pour l'acquisition des meilleurs programmes ou contenus ;
- les stratégies de promotion croisée (ou de rémunération croisée, par exemple entre les SMS et la télévision) entre les médias, notamment télévisuels et radiophoniques, mais aussi de presse écrite ;
- les stratégies de destruction des modèles économiques des concurrents, etc.

Ces pouvoirs de marché sont d'une importance considérable. Ils influent sur les conditions d'activité concrètes des industries de la culture, de l'information et de la communication. Ils interfèrent avec les principales tendances que connaissent les industries, à trois niveaux de leurs activités : les conditions de création et de production, la configuration des « systèmes » d'offre et les évolutions des rapports entre les acteurs industriels.

Une relation dialectique se développe entre le cadre réglementaire des marchés, la structuration financière et industrielle d'une part et les conditions concrètes d'activités décrites ci-dessus, d'autre part. Les premières exercent des effets déterminants sur les secondes qui, à terme, contribuent à modifier les premières.

### *2.4. L'oligopole et les politiques publiques*

Les enjeux liés à la réglementation et de la régulation. Sont fort importants.

Les politiques publiques et les décisions des « régulateurs » pèsent sur les conflits ou coopérations entre acteurs. Dans nombre des secteurs de la culture ou de la communication, dont les télécommunications par exemple, la concurrence est en fait une concurrence « organisée » par les instances réglementaires ou les régulateurs. Dans les secteurs soumis au droit commun de la concurrence, les politiques de la concurrence menées par des instances, telle que la Commission

---

<sup>22</sup> Ces deux termes méritent, pour le moins, d'être mis en question.

européenne ou les autorités nationales, exercent un poids considérable dans la configuration des filières. Les négociations internationales visant à étendre la libéralisation des échanges ou le maintien des dispositifs publics constituent d'autres registres de l'action publique et réglementaire auxquels s'intéresse notre recherche. Les acteurs industriels cherchent à tirer parti de cette multiplicité de compétences entre ces instances internationales et nationales et de ce brouillage des cartes afin d'éviter des mesures trop contraignantes.

D'un point de vue méthodologique, notre proposition accorde une grande importance à l'analyse des catégories juridiques et intellectuelles auxquelles recourent les différents acteurs publics ou « indépendants ». Elles définissent ce qui entre dans l'agenda<sup>23</sup> de l'action publique et réglementaire. Ces catégories nous renseignent également sur la façon dont ces acteurs se représentent les enjeux. Nous pourrions ainsi évaluer combien les enjeux d'ordre esthétique ou relevant de la politique culturelle, (« démocratisation culturelle »/ « démocratie culturelle ») sont oubliés face aux enjeux d'ordre économique et industriel.

---

<sup>23</sup> Nous reprenons cette notion que J.-G. Padioleau (1982), *L'Etat au concret*, Presses Universitaires de France, a emprunté à Cobb et à Elder.

**Anolga RODIONOFF**  
**Maître de conférences à l'Université Paris 8,**  
**Chercheur à La Maison des sciences de l'homme Paris Nord**

## **LA CREATION NUMERIQUE : DE L'ART ?**

La communication relative à ce colloque sur "les médias et la mondialisation : nouveaux territoires – nouveaux enjeux" s'appuie sur une recherche collective ayant la création numérique dite artistique comme objet en envisageant, notamment, son articulation avec les industries culturelles. Dans cette perspective, nous présenterons quelles sont nos principales interrogations, les pistes que nous explorons ainsi que certaines de nos hypothèses face à ces pratiques artistiques dites émergentes reposant sur le numérique. Numérique qui renvoie aux programmes informatiques et aux réseaux de transmission. Recherche qui indirectement renvoie à la question de "l'implantation des "industries culturelles/de contenu" dans les pays d'ex-URSS et du Tiers-monde", à celle du "fossé numérique" et/ou à celle de "la domination culturelle/technologique".

Cette recherche sur la création numérique définie, dans certains cas, comme pratique artistique émergente examine la production, d'un côté et les conditions et modalités de ce type de productions, de l'autre. Notre hypothèse étant que l'une informe les autres et inversement. Autrement dit, dans quelles conditions s'exerce ce type de productions mettant en jeu le numérique et comment celles-ci rejaillissent-elles ou non sur celles-là ? En particulier, existe-t-il des combinaisons ou des tractations entre les deux ? Et à partir de quel moment, ce type de productions s'inscrit-il dans l'aire de l'art ? Il ne s'agit pas, pour autant, d'adopter un point de vue déterministe mais d'examiner ensemble conditions internes et externes aux "dispositifs-œuvres" afin d'en saisir toutes les dimensions constitutives. C'est admettre, en quelque sorte, que le "dispositif-œuvre" ne surgirait pas *ex-nihilo* de l'imagination du créateur mais qu'il dépendrait aussi d'un contexte à la fois technique, économique, social, épistémique et idéologique, bref, d'une ou de "directives". Il ne s'agit pas non plus d'opposer pratiques artistiques "numériques" et industries culturelles, la création échappant *a priori* à toute forme d'industrialisation mais de penser leur articulation éventuelle.

Notre intervention s'effectuera en trois temps, à partir de deux à trois exemples significatifs de ce type de pratiques artistiques dites émergentes. Pratiques dont les occidentaux n'ont pas l'exclusivité puisqu'il existe notamment des créateurs russes, Olga Goriunova, Olga Kisseleva, Olya Liliana, Alexei Shulgin, par exemple. Nous montrerons d'abord combien la frontière entre art et informatique ou entre art et jeux ou encore entre art et autres produits des industries culturelles devient de plus en plus évanescence. Ensuite, et en

conséquence, les questions qui se trouvent posées : à propos de la définition de l'œuvre, de l'art et du statut de l'auteur. C'est dire l'intérêt qu'il y a à examiner ces pratiques artistiques qui sont, en quelque sorte, des "analyseurs". Enfin, sera évoquée la question de l'existence ou non d'un marché spécifique lié à celles-ci, d'autant que l'idée de gratuité, l'idée du don ou celle de "copyleft" sont, fréquemment, avancées, voire invoquées. Au-delà de cette utopie dite "cybercommuniste" à laquelle conduiraient ces pratiques du "don high tech", l'hypothèse que le créateur ou l'artiste puissent, à travers elles et en "collaboration" ou non avec d'autres acteurs, proposer un mode de mise sur le marché jusqu'à présent inédit, n'est pas à exclure. Nous concluons brièvement sur quelques hypothèses relatives aux directives et aux mots d'ordre auxquels tout créateur se verrait confronté.

**Indira YAKOVENKO**  
**Doctorante à l'Université de Nice Sophia-Antipolis**

## **LA PRODUCTION CINEMATOGRAPHIQUE RUSSE CONFRONTEE A LA MONDIALISATION : STEREOTYPES ET EVOLUTIONS**

Quelle est la signification de la *mondialisation/ globalisation* pour les participants des marchés professionnels internationaux audiovisuels et cinématographiques ? Comment des identités nationales, et particulièrement l'identité cinématographique russe, sont-elles perçues par ces acteurs ?

Les résultats d'une pré-enquête le montrent. Du point de vue des sujets occidentaux, la mondialisation signifie la possibilité d'apprendre à vendre (notamment, pour les représentants des pays de l'Europe de l'Est), de s'intégrer à n'importe quel univers national, d'être raconté et apprécié internationalement. Cependant, la mondialisation re-équilibre le poids de l'identité américaine, contrebalancée par l'émergence des identités européennes, asiatiques, etc. Elle donne plus d'ouverture à toutes les représentations identitaires et communicationnelles. Elle représente aussi une tendance à localiser les idées globales.

Du point de vue russe, la mondialisation est associée à la « standardisation », au « nivellement » et à la « destruction » des identités nationales, et à l'« éphémère ». Selon nos observations, dans les productions cinématographiques, un producteur préfère toujours re-produire les mêmes stéréotypes culturels rigides dans la représentation d'un pays ou d'une nation.

La mondialisation a provoqué l'explosion de l'identité russe par rapport aux demandes et aux dominations internationales, liée, d'une part, à l'ouverture au monde occidental et, de l'autre, à la résurgence des identités « post-soviétiques » (ukrainienne, baltes, etc.). D'où quelques grands problèmes à dénouer : de se faire connaître, de conforter et de modifier ses stéréotypes, d'étendre son espace culturel aux marchés internationaux. Souvent, plus la distance à l'espace, au temps et aux réalités sociales locales est grande, plus l'internationalisation (ou « hollywoodisation ») d'un film devient possible. D'après les participants et la presse professionnelle, si le cinéma reste le royaume des Américains, l'inverse se produit à la télévision. L'identité nord-américaine cède sa place dominante dans l'espace audiovisuel européen aux identités locales. Hollywood traite d'un fantasme qui hante l'Amérique : son éventuel déclin en tant qu'empire trop puissant. Cependant, les films non-américains et non-européens n'occupent plus que 3 % du marché des USA et seulement 3, 6 % du marché de l'UE. Ces faits illustrent l'idée de Michel Beau sur la mondialisation polarisée, inégale et asymétrique où « *money talks in English* ».

Nous avons essayé d'aborder cette problématique à travers une étude menée dans les grands marchés professionnels internationaux : MIPTV, MIPCOM et MIF à Cannes 2002/ 2003, ainsi qu'au festival de la télévision de Monte Carlo 2002/

2003. Nos interviewés sont des acteurs-clés du marché mondial de télévision et de film (producteurs, distributeurs, diffuseurs).

La part théorique de la recherche est basée sur les concepts de la mondialisation et la communication interculturelle. Nous utilisons deux approches principales : culturaliste et économique. Partant de là, des paradigmes explicatifs sont construits et confrontés au terrain au moyen de l'observation participante, des entretiens semi-directifs et d'une enquête par questionnaire. Mots-clés : identité, représentation, nation, stéréotype, mythe, mondialisation, audiovisuel, cinématographique, marché, négociation.

## **SECTION 4 : Les techniques de l'information et de la communication (TICs) : facteur de la mondialisation ?**

**Gaëtan TREMBLAY**  
**Professeur à l'Université de Québec à Montréal**

### **DU VILLAGE GLOBAL A L'EMPIRE MONDIAL**

Marshall McLuhan est l'auteur canadien le plus réputé et le plus cité dans le monde. Cette notoriété ne s'accompagne malheureusement pas d'une connaissance approfondie de son œuvre. Harold A. Innis est moins connu à l'étranger. Ses livres n'ont pas été traduits en plusieurs langues comme ceux de McLuhan et son influence, à quelques exceptions près, n'a que peu débordé les frontières canadiennes. Seuls quelques savants, parmi lesquels on compte l'illustre communicologue américain James Carey, lui ont prêté une studieuse attention et ont trouvé dans ses travaux une féconde inspiration. En revanche, il a laissé un héritage plus marquant que McLuhan dans les milieux académiques canadiens qui se consacrent à l'étude des phénomènes de communication, en particulier ceux qui se réclament d'une approche appartenant à la galaxie de l'économie politique.

Lorsqu'on s'intéresse aux rapports entre les techniques de communication et l'organisation sociale, économique et politique; à la culture au sens large, c'est-à-dire aux modes de penser, de sentir, de connaître autant qu'aux œuvres littéraires et artistiques; à la production, à la distribution et à la consommation des produits culturels, informationnels et communicationnels; à l'impact des médias dans la vie des individus et des sociétés; la lecture des ouvrages d'Harold Innis et de Marshall McLuhan m'apparaît incontournable.

Les écrits de McLuhan sont postérieurs à ceux d'Innis et le gourou de Toronto a reconnu explicitement à quelques reprises le travail de pionnier de l'auteur d'*Empire and Communication* et de *The Bias of Communication*. Les deux professeurs de Toronto ont en commun le même intérêt pour les médias de communication qu'ils ont placés au cœur de leurs travaux. On présente souvent Innis comme le précurseur de McLuhan, d'autant plus que ce dernier s'est réclamé du premier dont il a préfacé une réédition de *Empire and Communication*, en 1972, et rédigé l'introduction d'une réédition de *The Bias of Communication*, en 1977.

Mais l'analyse attentive de leurs travaux met à jour autant sinon plus de différences que de points communs. Si les deux auteurs canadiens sont restés fascinés par des sociétés du passé —McLuhan par le Moyen-Age et les sociétés tribales, Innis par le siècle d'or de la Grèce de Périclès— l'œuvre de chacun répond à des questions, à des préoccupations, à un projet relativement différents. Innis a essayé de déterminer les conditions de l'équilibre et de la pérennité des sociétés, des empires, des civilisations. McLuhan a tenté de comprendre les

causes, le sens et la direction des mutations consécutives à l'invention de nouveaux médias et de leur impact sur la vie des hommes et des femmes modernes, ou post-modernes si l'on préfère.

McLuhan pensait que les nouvelles technologies d'information et de communication transformeraient le monde en un gros village. Harold Innis en venait lui à la conclusion que le déséquilibre en faveur des médias à biais spatial causé par les technologies modernes rendrait impossible la création de nouveaux empires pérennes. Qu'en est-il de ces pronostics ?

On donnera volontiers raison à McLuhan sur l'interdépendance croissante du monde qui résulte de l'amélioration des transports et de l'accroissement des échanges économiques tout autant que de l'expansion des réseaux de communication, enclenchés dès le Quattrocento avec les grandes découvertes et la montée en puissance du capitalisme commercial. Mais la métaphore du village, fort populaire puisqu'elle a fait le tour de la planète et traversé quatre décennies, est-elle éclairante pour comprendre le processus de globalisation ou de mondialisation ?

Harold Innis partagerait sans doute le diagnostic du cinéaste québécois Denys Arcand dans ses deux films *Le déclin de l'empire américain* et *Les invasions barbares*. Selon sa théorie, les Américains possèdent incontestablement la technologie adéquate pour contrôler de vastes territoires distants les uns des autres, mais on peut se demander s'ils peuvent compter sur un média capable d'assurer la pérennité des valeurs sur lesquelles se fonde le système américain. L'empire américain finira un jour par tomber, comme tous les précédents, mais quand ? Seule l'histoire, évidemment, apportera réponse à ces interrogations. Les scénarios apocalyptiques sur l'hégémonie américaine ne me semblent cependant pas plus convaincants que ceux qui prédisaient la mort du système capitaliste dans les années 60 ou la fin de l'histoire dans les années 90. Les Américains ne croient sans doute plus avec la même ferveur au rêve de régénération qui a animé leurs ancêtres mais les valeurs de base du libéralisme, sur lesquelles repose le fonctionnement de leur système économique et social, se transmettent encore d'une génération à l'autre. De plus, l'importance du fait religieux aux États-Unis ne doit pas être sous-estimée. Ne doit-on pas même y craindre la montée du fondamentalisme ?

La notion d'impérialisme culturel, popularisée par Herbert Schiller dans les années 70, a été sévèrement critiquée pour reposer, exagérément affirmait-on, sur une théorie du complot et de la manipulation. On lui a opposé, comme pour en banaliser l'importance, la liberté et l'autonomie des récepteurs. En ces temps où l'on parle tant de globalisation et de mondialisation, il ne serait pourtant pas inutile de ré-évaluer les hypothèses de Schiller, et de les interroger, en particulier, sous l'angle des préoccupations innisiennes concernant la transmission et la pérennité des valeurs.

En conclusion, je commenterai la *Déclaration de principes* et le *Plan d'action* adoptés lors du Sommet Mondial sur la Société de l'Information, dont

la première phase a eu lieu à Genève en décembre 2003. L'ONU peut-elle être davantage qu'un forum de discussion sur le village global ? Peut-elle devenir l'instance de contrôle de l'empire mondial ?

**LES CONTOURS DE L'EMPIRE DES MEDIAS ET D'INTERNET EN  
CHINE : ETAT DES LIEUX ET CONDITIONS D'UNE  
COMPREHENSION *LOINTAINE***

En plus du passage d'une économie planifiée à une économie de marché, la Chine est passée rapidement d'une société agricole et industrielle à une société de communication et de services<sup>24</sup>. Cette véritable transition, qui donne lieu à l'heure actuelle à une formidable frénésie sociale et économique, se déroule dans une continuité idéologique qui a su relier - avec l'art de la fameuse *voie chinoise* - le processus de démaoïsation aux réformes économiques dengistes sans remettre en question les structures fondamentales de l'Etat chinois. L'expansion des médias chinois en est le reflet. Au-delà du seul récit de cet essor sans précédent dont il est désormais facile de dessiner les contours, nous proposons une réflexion permettant à la communauté des chercheurs en sciences de l'information et de la communication d'aller plus loin dans la compréhension de la réalité de la situation médiatique chinoise et de ses enjeux sociopolitiques.

Si l'on a assisté depuis les années quatre-vingt dix à une déréglementation des dispositifs médiatiques dans la plupart des pays de l'Europe de l'Est, l'essor des médias en Chine relève d'une pratique spécifique. En effet, la relation entre l'Etat et la société civile, issue d'une longue tradition millénaire, continue de jouer un rôle majeur dans le schéma de fonctionnement des médias chinois.

L'encouragement d'une presse populaire est tout d'abord le fait marquant de l'évolution récente des médias chinois. La création de journaux *secondaires* abordent désormais, avec sensationnel, les questions de société. Ce phénomène a donné naissance à de véritables groupes de presse (*baoye jituan*) constitués autour des quotidiens nationaux.

Par la commercialisation des chaînes de télévision d'Etat et l'essor des chaînes payantes, la marchandisation des médias et ses recherches d'audience ont donné lieu à une industrialisation des programmes et à l'essor de l'industrie publicitaire. La restructuration de l'audiovisuel chinois, justifiée par l'entrée de la Chine à l'OMC, se dirige vers des regroupements institutionnels et financiers.

Par ailleurs, la relation ambiguë entretenue en Chine avec le développement impératif d'Internet a permis une appropriation rapide des internautes, et a obligé le gouvernement à la mise en place d'une réglementation calquée sur les médias traditionnels. Malgré le contrôle imposé aux fournisseurs d'accès, la

---

<sup>24</sup> Si l'on considère les lieux modernes de la transition depuis 20 ans, c'est-à-dire dans les grandes métropoles et la Chine côtière.

porosité des frontières électroniques est grande, et le mythe de la *grande muraille électronique* n'existe (en partie) que dans l'esprit de la presse occidentale. En fait, en Chine, c'est la société toute entière - la communauté des individus - qui reste le vecteur favori du pouvoir. C'est en effet dans l'espace réel, et non numérique, que le contrôle se fait avec les cellules locales du parti, leurs représentants au sein des quartiers (*danwei*), des immeubles, des écoles, des universités, etc... Derrière les forums de discussions, les modérateurs jouent de même un rôle équivalent par ce jeu de filtre des messages anonymes ou gênants. Par ailleurs, même si le fossé numérique entre régions et entre catégories socioprofessionnelles se creuse, la Chine compte désormais plus de 80 millions d'internautes et 270 millions d'utilisateurs de téléphones mobiles et voit encore dans ces nouveaux médias, l'outil de développement au service des transformations socio-économiques.

L'idée du *panopticon numérique* reste donc à revisiter. Pour cela, il faut développer une approche qui doit mettre en œuvre des démarches d'interculturalité et d'altérité. Le chercheur en sciences de l'information et de la communication trouve là ses limites s'il ne sait pas (ou n'ose pas) sortir d'une monoculture scientifique pour entrer dans un dialogue interculturel. Comment comprendre les médias chinois vus de l'extérieur ? Avec la vision des droits de l'Homme, ou tout simplement par des approches comparatives sur les autres dispositifs médiatiques dans d'autres pays, le risque d'amalgame existe bel et bien. Si l'on ne veut être ni complaisant avec la situation chinoise, ni hermétique à toute compréhension de nouvelles formes de réorganisation sociale, l'analyse des médias chinois peut s'avérer stérile. Pour cela, seule une réelle implication dans le monde chinois (pas seulement la maîtrise de la langue) peut et doit permettre d'exposer clairement les mécanismes de cet empire qui, sans l'appui de la population, aurait déjà été démantelé depuis longtemps. Telles sont les interrogations et les propositions qui seront développées lors de cette intervention.

## **INTERNET ET LES SÉNÉGALAIS : ENTRE EXTRAVERSION ET IDENTITÉ**

Introduit au Sénégal en 1996 à travers un modèle de développement exogène, internet, contrairement aux discours rédempteurs de l'ère de l'information semble recomposer, voire accentuer les inégalités de l'économie traditionnelle entre les pays du Nord et les pays du Sud. Mais au-delà du clivage Nord-Sud, lors d'une précédente étude nous avons souligné la présence de nombreux « fossés numériques » internes dans un pays en voie de développement comme le Sénégal : en effet, une approche socio-territoriale des nouvelles technologies au Sénégal nous a montré que, même si l'hégémonie technologique de la capitale internationale demeure largement prépondérante sur le territoire, on ne peut aborder l'analyse du Sénégal à travers un simple fossé numérique géographique opposant Dakar, connecté au monde moderne, et les régions sénégalaises, ancrées dans leur culture locale, tant les situations sont variées et paradoxales.

Dans le prolongement de cette approche, une analyse socio-économique du pays nous avait amené à réfléchir sur l'incompatibilité entre la dure réalité économique du pays, incarnée par des déficiences notoires pour assurer les besoins sociaux de base conjuguées à un coût d'accès à internet très élevé, et la possibilité d'entrevoir une démocratisation de l'outil internet au Sénégal. Mais contrairement aux autres secteurs de l'économie où le primat est accordé aux aînés, ce sont les jeunes (considéré comme un groupe socialement marginalisé) et particulièrement la population estudiantine qui semble s'approprier le réseau mondial en trouvant dans les accès publics à internet un exutoire légitime pour pallier aux différentes contraintes endogènes du pays, remettant ainsi en cause l'aspect élitiste dans l'appropriation de l'outil.

Ici, nous insisterons particulièrement sur les aspects culturels et les relations paradoxales entre le global et le local qui symbolisent l'internet sénégalais. Déjà impulsé par les médias transfrontaliers comme la télévision par satellite et les radios internationales, la problématique de l'impérialisme culturel semble se reposer avec le réseau internet, média sans frontières. Internet ne va-t-il pas constituer pour ces jeunes sénégalais un nouveau vecteur pour fuir la réalité du quotidien et le manque de perspective d'évolution dans leur pays, faisant ainsi de l'outil internet un instrument privilégié pour se connecter vers l'eldorado occidental ? Un thème que nous abordons à travers l'évaluation de l'extraversion de l'internet sénégalais. Sans une production locale satisfaisante, l'outil représente un réel danger d'extraversion vers la culture occidentale à l'instar des programmes télévisuels occidentaux qui surclassent la faible production locale. Néanmoins, l'écart entre la production de site internet

sénégalaise et occidentale sur un plan qualitatif est moindre en comparaison avec les productions télévisuelles ou cinématographiques notamment grâce à un coût de production faible (il suffit d'un poste informatique et d'un logiciel adéquat pour la création de sites internet) et un degré d'expertise plus accessible (beaucoup d'autodidactes). Le réseau internet va-t-il permettre un recentrage culturel ou au contraire constitue-t-il un envahissement d'un nouveau genre ? Nous avons référencés près de 350 sites internet « .sn ». A titre de comparaison, on comptabilise en France près de 150 000 sites « .fr ». Nous observons une production locale qui demeure relativement faible, à l'instar du continent africain et ses 200 000 noms de domaines enregistrés en 2001 (dont 130000 en Afrique du Sud). De plus, lors de l'analyse des sites relatifs au Sénégal nous nous sommes aperçu que peu d'entre eux s'adressent au Sénégalais moyen privilégiant le tourisme, la coopération internationale ou encore les investissements étrangers (il faut également souligner l'absence de sites internet en wolof : langue traditionnelle du Sénégal) : à l'instar des infrastructures liées aux NTIC, l'influence de l'occident semble également très présente dans la production de contenus. C'est pourquoi nous référençons actuellement l'ensemble des sites Internet relatifs au Sénégal afin d'identifier les domaines d'activités, les cibles visées, l'origine de la structure, l'évaluation de la qualité des sites... Cette analyse nous permettra d'avoir un panorama complet de la production de contenus relatifs au Sénégal afin de qualifier et quantifier les interactions entre le Nord et le Sud dans la réalisation de site web.

Mais au-delà de ces énonciations, nous ne pouvons nous permettre d'analyser internet et les Sénégalais uniquement sous l'angle de l'impérialisme culturel. Outil transfrontalier électronique, internet contribue à l'émergence d'une nouvelle géographie socio-politique : de nouvelles frontières transnationales, transculturelles. Nous verrons, en effet, comment le réseau internet peut également constituer un instrument identitaire de connexion vers les cultures locales pour une diaspora sénégalaise très dynamique sur le réseau.

Une des principales réponse concernant l'axe local et global qui a guidé notre étude, c'est que l'on ne peut établir une opposition nette entre les deux. En fait, ils sont bien souvent en totale interaction avec néanmoins une constatation : l'interaction n'est pas symétrique, le global est en position dominante et s'approprie plus facilement le local que l'inverse.

**Larousi OUESLATI**  
**Vice Président de l'Université du SUD Toulon Var.**

**Arnaud LUCIEN**  
**Enseignant-Chercheur à l'Université du Sud Toulon Var**

## **MONDIALISATION, RESEAUX ET DEMOCRATIE**

Cette intervention a pour objet de démontrer que les technologies de l'information et de la communication contribuent largement au développement démocratique des pays en transition, par l'effectivité de l'exercice de la liberté d'expression, du droit à l'information et donc du pluralisme.

Dans la deuxième moitié du XX<sup>e</sup> siècle, les valeurs de l'Etat de Droit se sont mondialisées, en gagnant progressivement les pays de l'Est et du Sud. Nombreuses sont, en effet, les constitutions nouvelles des pays en transition ou en développement qui font référence à l'Etat de Droit, à la Démocratie et au pluralisme, traduisant une volonté d'adhérer à un certain modèle d'organisation politique, d'inspiration libérale. Le modèle démocratique ferait alors l'objet d'un consensus mondial.

Dans les faits, la reconnaissance par la proclamation des libertés et droits fondamentaux, n'est pas forcément suivie d'effet, et constitue souvent une vitrine facilitant les rapports diplomatiques. Pour exemple, l'article premier de la constitution algérienne du 28 novembre 1996 dispose: « L'Algérie est une République démocratique et populaire.... », de même l'article 35 de la constitution chinoise dispose « Les citoyens de la République Populaire de Chine disposent de la liberté d'expression, de la presse, de réunion, d'association, de défiler et d'exposition ». Ces déclarations d'intentions sont malheureusement souvent limitées dans leurs effets, surtout pour ce qui concerne les libertés publiques.

L'effectivité de la liberté d'expression se trouve alors parfois considérablement accélérée par le développement des technologies de l'Information et de la Communication. Les réseaux apparaissent alors comme un vecteur du pluralisme.

Cette analyse était notamment partagée par les régimes les plus totalitaires, ainsi, en Afghanistan, le régime taliban interdisait l'accès aux réseaux pour « empêcher l'accès à tout contenu vulgaire, immoral et anti islamique ».

D'autres régimes choisissaient la voie de l'accès encadré, par exemple l'Arabie Saoudite où le gouvernement attendait la mise au point d'une censure efficace avant de laisser un libre accès à l'Internet, en bloquant les portails jugés immoraux tels que ceux de l'opposition (Mouvement pour la Réforme Islamique en Arabie).

Récemment, la Chine abandonnait son idée de « grande muraille électronique » pour s'engager dans la réalisation du « Bouclier doré » mobilisant plusieurs dizaines de milliers de personnes pour « protéger l'Etat d'une utilisation subversive de l'Internet »; Selon une étude du centre Berkman de l'université de Harvard, de novembre 2002, sur 204 000 sites visités par le biais des moteurs de recherche Google ou Yahoo, plus de 50 000 ont été rendus inaccessibles au moins une fois depuis un endroit en Chine en 2002. (Ceux dont le contenu traite du Tibet, de Taiwan ou de démocratie étant parmi les plus censurés ; Au même titre, 923 versions en ligne de media, BBC, CNN, Time magazine... étaient régulièrement bloqués).

Cependant, dans de nombreux pays en voie de développement ou en transition, comme l'Ukraine, le développement d'Internet profitait aux journalistes d'investigation qui par leur présence dans l'espace public permettaient de faire exister une opposition.

En effet, les technologies de l'Information et de la Communication offrent désormais une tribune, une liberté d'expression aux minorités, à l'opposition politique, qui n'avaient pas, jusqu'alors, la possibilité d'être de réels acteurs de l'espace public.

L'absence de territorialité de ce nouvel espace public est alors un atout considérable : nombreux sont les sites d'oppositions hébergés à l'étranger, et les créateurs de contenu développent beaucoup d'ingéniosité pour pouvoir conserver une tribune dans leur pays (à l'image des animateurs de TUNeZINE ou du site réveiltunisien.com).

Il n'est pas faux alors de dire que les Technologies de l'Information et de la Communication participent actuellement à l'existence d'un espace public, d'un processus communicationnel, véritable étape vers la démocratie et l'Etat de Droit.

**Ilya KIRIYA**  
**Enseignant-chercheur à l'Université de Moscou,**  
**Faculté de journalisme,**  
**Co-directeur du Mastère franco-russe de journalisme**

## **LE DEVELOPPEMENT DES TICS EN RUSSIE : AJUSTEMENT AUX PARTICULARITES DU SYSTEME ECONOMIQUE**

L'objectif de cette intervention est de montrer, contrairement aux théories du développement/modernisation que les modalités de l'implantation des TICs dans le monde (et surtout dans les pays « dits » en voie de développement et les pays de CEI) ne sont pas universelles. Les règles générales sont brisées par les particularités nationales des « pays d'accueil ».

Par exemple dans la Russie d'aujourd'hui, ces particularités se sont affirmées tout au long des siècles et sont indissociables du système économique et politique de l'URSS, ce dont nous héritons actuellement.

Depuis les 12 dernières années qui ont succédé à la chute de l'URSS, le monde entier nous annonce l'entrée de la Russie dans l'économie de marché et la naissance du capitalisme. Ce sont à peu près les mêmes termes qui désignent le processus de libéralisation des médias et des télécommunications (même si cette libéralisation est en grande partie due à la présence des ONG américaines spécialisées dans la formation de journalistes et au grand intérêt pour les théories « américaines » des médias dans le milieu universitaire: quatrième pouvoir, chiens de garde, etc.). Pourtant le secteur des médias et des TICs n'est devenu ni réellement très rentable ni vraiment libre.

La complexité des rapports entre le domaine des TICs et des médias nous pousse à examiner ces deux secteurs dans leur ensemble. Les faiblesses du marché des médias de masse sont liées aux anciennes habitudes soviétiques de considérer les médias comme « élément formateur de masses » (voire, comme un instrument exclusivement politique). C'est pourquoi la rentabilité financière devient un facteur secondaire par rapport à « la rentabilité politique », ce qui crée un phénomène de mandat au sein des médias n'existant plus que par le soutien de leurs puissants patrons. Même le secteur de la publicité (en pleine croissance) est contrôlé par des agences publicitaires souvent proches du pouvoir<sup>25</sup> et travaillant la plus part du temps à perte dans le seul but d'avoir un poids politique et de faire partie des rouages du pouvoir.

Cependant, il serait faux de conclure que les consommateurs de médias sont critiques face à ce système. Bien au contraire, ils contribuent à sa pérennisation. Tout au long de la période soviétique, les auditeurs ont été habitués à l'accès quasiment gratuit aux produits médiatiques et culturels (parce qu'ils contribuaient à former « l'identité soviétique »). C'est pourquoi aujourd'hui, le

---

<sup>25</sup> Comme l'agence « Video International » qui contrôle le secteur de la publicité télévisée sur une bonne moitié de l'antenne nationale et qui appartient à l'ancien ministre de la presse, M. Lessine.

choix des auditeurs pour un média n'est pas nécessairement dicté par leurs moyens financiers mais plutôt par l'habitude de ne payer qu'une somme modique pour ce type de produit.

Le même cas de figure s'observe dans le domaine des TICs. Le piratage informatique peut être un bon exemple. Le piratage même est une violation du système du marché des produits culturels/de contenu car il s'attaque aux fondements du système médiatique capitaliste : le droit d'auteur. Pourtant, dans la Russie actuelle, le piratage devient un mécanisme de distribution nécessaire pour le marché (certains producteurs légaux sont obligés d'utiliser les chaînes de distribution des pirates pour vendre leurs produits).

Malgré les hymnes au marché libre dans le domaine des télécommunications, les opérateurs locaux de la téléphonie fixe sont reconnus par tout le monde (y compris le Ministère des télécommunications) comme des acteurs initialement désignés pour proposer des services à un prix au-dessous du taux de profit (rudiment du système socialiste). Cela provoque certains effets pervers sur l'ensemble du secteur des TICs et surtout dans les branches les plus rentables (ou censées l'être).

Donc, tout cela illustre bien qu'il n'existe jamais de règles générales d'implantation des TICs dans le monde et surtout dans les pays qui ont subi des transformations radicales ces dernières années et ceux, à tous les niveaux (économique, politique, etc). Il y a toujours une co-construction des modalités de fonctionnement (économiques, politiques, structurelles) de ces techniques dans les sociétés. C'est ce qu'on appelle l'ajustement.