HAL
open science

Télévision et convergence des médias : vers un nouvel Espace Public ? 2000-2005 : usages économiques et politiques de la Convergence. Conditions d'acceptabilité des énoncés et des moyens de contrôle dans un cadre de communication dématérialisé.

Christophe Lenoir

To cite this version:

Christophe Lenoir. Télévision et convergence des médias : vers un nouvel Espace Public ? 2000-2005 : usages économiques et politiques de la Convergence. Conditions d'acceptabilité des énoncés et des moyens de contrôle dans un cadre de communication dématérialisé.. Sciences de l'information et de la communication. Université Sorbonne Nouvelle - Paris III, 2006. Français. NNT : . tel-00683153v1

HAL Id: tel-00683153

https://theses.hal.science/tel-00683153v1

Submitted on 29 Mar 2012 (v1), last revised 8 Nov 2014 (v2)

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Université Paris 3 Sorbonne Nouvelle
École doctorale Assic
Ircav

Doctorat d'études cinématographiques et audiovisuelles

Télévision et Convergence des médias : Vers un nouvel espace public ?

2000-2005

Jury :

Madame le professeur Chantal Duchet
Monsieur le professeur Roger Odin, directeur
Monsieur le professeur Bernard Miège, rapporteur
Monsieur le Professeur Gilles Delavaud, rapporteur
Monsieur le professeur Laurent Creton, président

Christophe LENOIR

Thèse dirigée par Roger ODIN

2006

Avec tous mes remerciements au professeur Roger Odin et à Chantal Duchet pour leurs conseils et leurs apports, aux enseignants et aux chercheurs de l'Ircav et du Greca, aux doctorants de Paris III et aux étudiants de l'UFR Cinéma Audiovisuel pour tous nos échanges d'idées et d'amitiés.

Merci à mes parents pour leur soutien et leur lecture.

À Louÿ, Maÿli & Éloÿ pour tous les mondes nouveaux qui restent à ouvrir,
à leurs ancêtres et à leurs luttes, pour tous les mondes qui restent à ne pas effacer,
à Liu Hong, pour écrire celui-ci, et personne ne connaît les mots.

Préambule

Convergence et intégration des médias

Le principe de la *convergence* ou de *l'intégration* des médias, alliance de technologies autrefois séparées et association de capitaux attribués précédemment à des activités distinctes, constitue un fait de discours, utilisé par les acteurs du secteur audiovisuel pour désigner l'évolution de cette activité.

S'agit-il de la simple invocation d'une *mana* permettant de justifier des stratégies économiques peu claires, ou assiste-t-on à une transformation profonde des médias audiovisuels, à un changement de leurs modalités de fonctionnement, y compris au niveau textuel ?

Ce type de pétition sur l'évolution de la télévision remplit indiscutablement en elle-même un certain nombre d'objectifs pratiques, ne serait-ce que convaincre les partenaires économiques des groupes ayant la télévision pour activité du bien fondé de leur politique industrielle. Relayée par les médias et entraînant des effets de mode directement observables, formant la matière des argumentaires de vente de tous les produits et les services en relation avec l'audiovisuel, cette évolution proclamée modifiera-t-elle un objet d'étude, la télévision, avant même que celui-ci ait été circonscrit de façon satisfaisante ?

Proclamation d'avenir, la convergence des médias, en imposant une vision prospective, masque peut-être surtout les enjeux du présent. Elle impose de se situer, soit du côté de ceux qui savent, soit du côté de ceux qui attendent, soit d'entrer dans un jeu dialectique voire une polémique.

Arcane indéchiffrable, elle suppose de s'en remettre aux choix qui sont faits pour nous, illisibles pour le profane, mais porteurs d'une utopie sociale : utopie de la communication, utopie du marketing, utopie industrielle, utopie financière. Tout un ensemble de termes techniques des sciences de gestion se retrouve ainsi popularisé, le consommateur est appelé à souscrire à cette évolution tant à titre d'actionnaire potentiel que de citoyen espérant un monde plus juste.

C'est à partir de ce paradoxe que des positions polémiques apparaissent : comment prétendre à la fois à plus de richesses pour ceux qui se placeront du bon côté de l'arcane et à un monde

plus juste ? Cette notion n'alimente alors plus seulement des argumentaires commerciaux, industriels ou financiers mais aussi des argumentaires politiques qui, en s'opposant à cette évolution sur un de ces aspects (la « fracture numérique » redouble et renforce la « fracture sociale »), la valide de ce fait dans sa substance : l'évolution est considérée comme avérée et doit devenir un terrain de l'action politique.

Rhétoriquement, la maîtrise des « technologies multimédias » se voit assigner le même rôle émancipateur que la possession d'un capital culturel. Cette maîtrise induit donc aussi des inégalités. Toutefois, il existe une différence fondamentale : alors que le discours de l'émancipation culturelle est le fait d'entités publiques et d'agents sociaux, dont la fonction est justifiée par cette possibilité (les éducateurs, entendus de façon générale), l'utopie de l'émancipation technologique repose sur le développement de structures industrielles[1] et commerciales privées et sur une utopie d'accès direct, tant au savoir qu'à toute catégorie de service ou de produit, donc en dehors de tout médiateur, hormis la technique, suivant l'hypothèse de Mc Luhan.

Ce dernier point entraîne une importante production de discours dans l'espace public : il met, en effet, directement en cause l'idée qu'il existe un espace de débat, source de toute légitimité publique, pour y substituer une utopie de communication reposant, soit sur le contrôle des actes de consommation, soit sur le contrôle de leur moyen. Avant même d'observer les arguments produits, on peut noter qu'en mettant en cause la nécessité d'un espace public, cette utopie met évidemment en doute l'utilité de l'ensemble des médiateurs qui régissent notre relation à tout texte (auteurs, institutions, journalistes…), à travers cette proposition *d'accès direct*. Traduite en termes économiques, celle-ci implique, soit qu'une entité économique établisse un monopole sur un ensemble de canaux, soit que sa connaissance des habitudes de chaque consommateur individualisé lui permette de ne lui adresser que des propositions pertinentes : il n'y a plus de propositions concurrentes, donc plus de nécessité de médiateurs pour qualifier l'acceptabilité des produits proposés.

Une autre traduction, à la fois remise en cause politique et économique des modes de financement de la production culturelle, reviendrait à admettre la gratuité définitive de cette production pour le consommateur, que ce soit par activisme artistique et politique ou par simple consumérisme, voire par absence de civisme.

---

[1] Elles peuvent bénéficier à ce titre d'aides publiques, soit de l'État soit de l'Europe, par le bais d'organismes publics comme le RIAM, Réseau pour la Recherche et l'Innovation en Audiovisuel et Multimédia, créé en 2001, sur l'initiative des Ministères de la culture et de la communication (CNC), de l'industrie et de la recherche.

Lire la convergence

Analyser une « évolution technologique » implique d'établir *où* la lire.

Prendre d'abord en compte les évolutions techniques revient simplement à multiplier les préconisations, les commentaires ou les prospectives sur un processus en devenir.

Retenir les aspects économiques permet de faire apparaître des stratégies de marché, mais entraîne le risque de demeurer sur un niveau conjoncturel.

L'espace réglementaire est sans doute celui qui permet le plus précisément d'observer à quels moments des termes ou des notions cessent d'être des utopies, des conjectures ou des éléments prospectifs pour devenir pleinement occurrents.

Notre approche s'appuie sur l'étude des discours tenus sur la convergence, principalement dans l'espace législatif et dans l'espace public, ainsi que dans l'espace des acteurs (presse sectorielle et prises de position au sein du champ professionnel[1]). Nous comparerons ces discours aux évolutions économiques du secteur (intégrations industrielles et déploiement des activités) pour les mettre en rapport avec l'évolution des figures de médiation proposées : mise en place de « portails », évolution des positionnements.

Comme le rappelait Michel Serres à la fin de l'année 2005, la nouveauté réside essentiellement dans *le rapport à l'espace, la question du droit, l'externalisation des fonctions cognitives*.[2]

---

[1] L'étude s'appuie ainsi sur la participation et l'observation des principaux festivals et marchés audiovisuels : Input 2004 Barcelone, Input 2003 Aarhus, Input 2002 Rotterdam, Input 2001 Le Cap, Input 2000 Halifax, Input 1999 Fort Worth, RITV 2001 Reims, Fipa 2003, 2002, 2001, 2000, 1999, Biarritz, Vue sur les Docs 1999 Marseille, Image & Science, 2001, 2000, 1999 Paris.

Cette participation s'est effectuée dans le cadre de l'équipe d'étude sur les festivals et marchés audiovisuels de l'Ircav initiée par Chantal Duchet, rapports non publiés, communiqués aux différents organisateurs dans le cadre du programme de collaboration défini.

[2] « Les Nouvelles technologies, que nous apportent-elles » conférence de Michel Serres organisée par Serge Abiteboul et Gilles Dowek, enregistrée à l'École Polytechnique le 1er décembre 2005, cycle *Culture Web*, coordonné par Serge Abiteboul, dans le cadre des Thématiques INRIA.

Les enregistrements audio et vidéo de la conférence sont disponibles en ligne : http://interstices.info/display.jsp?id=c_15918 .

Il s'agit de dissoudre, par la critique idéologique ou l'analyse,
des prétentions à la validité qui ne peuvent être admises de façon discursive,
et en même temps *de* détacher la tradition de ses potentiels sémantiques.

J. Habermas, *la fonction de la critique*

Télévision et Convergence des médias : vers un nouvel Espace Public ?

2000-2005 : usages économiques et politiques de la Convergence.

Conditions d'acceptabilité des énoncés et des moyens de contrôle dans un cadre de communication dématérialisé.

Introduction

Contexte

L'intégration des médias n'est pas en elle-même une idée neuve. L'idée, que le progrès technique permette une diffusion des savoirs indépendante de l'espace et des cultures, puis une fraternité humaine plus grande grâce à la découverte facilitée des autres civilisations, est déjà présente dans la littérature du XIXème siècle. Plus tôt encore, on retrouve cette ambition dans les projets encyclopédiques[1].

Elle constitue, enfin, un arrière plan explicite des expositions universelles qui marqueront les débuts du XIXème siècle, pour mettre en valeur l'évolution des innovations en matière de transmission électrique d'information et d'enregistrement des images et des sons.

Tout au long du XXème siècle, les principales firmes qui occuperont ces secteurs ne cesseront d'annoncer l'apparition d'un moyen de connexion unique associant, dans un même objet, les possibilités de la transmission d'information à usage personnel et celles de l'accès à des programmes audiovisuels.

Pourtant le marché de la communication, des télégraphes ou des téléphones demeure clairement séparé de celui de l'audiovisuel : dès la phase de lancement expérimental terminée, la télévision devient en France une institution autonome des PTT.

À partir du milieu des années 1980, le « désengagement de l'État » et la mobilisation de capitaux privés, dans l'audiovisuel français, puis dans le secteur des télécommunications, vont permettre la constitution de groupes économiques puissants, associant maîtrise éditoriale et maîtrise des réseaux de diffusion et de communication.

---

[1] Voir Bertrand Gille *Histoire des techniques* La Pléiade, Gallimard, Paris 1978.

Parallèlement, l'activité de télévision devient l'objet d'une attention soutenue du législateur, avec la création de lois-cadre et la mise en place d'autorités de régulation formellement indépendantes. Les chercheurs développeront conjointement leur analyse d'un média qui ne relève encore, pour l'essentiel, que de genres para-culturels ou de l'étude politique.

Le contrôle direct, qu'exerçait le gouvernement, s'efface au profit d'un marché très encadré réglementairement, en particulier pour toutes les questions d'expression politiques, pour les questions de publicité commerciale, et pour les questions de protection de la jeunesse. La question de la protection de la production nationale et de la promotion d'une ambition éducative ou culturelle est également récurrente.

Dans ce contexte, on voit donc des entreprises, qui bénéficient encore des marchés publics, dissocier leur image de ces activités (la distribution des eaux, le BTP, le ramassage et le traitement des déchets) pour l'associer à leurs activités audiovisuelles et téléphoniques plus valorisantes et susceptibles d'un plus grand développement.

Précisément, l'informatique permet d'employer les réseaux de radio et télécommunication ou de télédiffusion pour l'un ou l'autre usage : les *autoroutes de l'information* deviennent une sorte de nouvelle frontière mondiale derrière laquelle se redessinent les contours des entreprises de communication. Ces nouveaux usages pressentis impliquent, en effet, la « dérégulation du secteur ».

Ce nouveau marché connaîtra ses scandales, ses faillites retentissantes et ses succès.

L'utopie humaniste et libertaire revendiquée par les premiers acteurs de la Convergence pourra n'être qu'un alibi dans des stratégies économiques mondialisées. Elle pourra constituer aussi un repoussoir, donnant l'image d'une nouvelle frontière d'un monde, encore dépourvu de lois, qu'il convient de civiliser.

C'est principalement cet horizon qui retiendra notre attention.

En cinq années, un secteur promu comme un formidable espace de création, de communication et de liberté devient un des lieux les plus encadrés légalement, au prix d'innovations juridiques parfois très fortement contestées dans l'espace public : responsabilité du contrôle déléguée à des services privés, autorisation de moyens captieux pour produire les preuves d'un délit.

Pour autant, suivant les données officielles, un tiers au moins des usagers enfreignent en permanence et en toute conscience les lois existantes, en particulier celles protégeant les droits d'auteur[1].

Le champ de la loi n'est-il alors que le lieu d'expression de groupes idéologiques qui en font leur tribune, plus qu'il ne sert à protéger les citoyens et à permettre le développement d'un marché et d'un secteur culturel ?

Il sera intéressant, sur ce point, de comparer les attendus qui encadrent l'activité télévisuelle et l'usage d'Internet.

Ces attendus impliquent d'imaginer les comportements du spectateur ou de l'usager, ses pratiques et leurs effets sur lui-même et sur les autres.

La régulation d'Internet s'appuie-t-elle sur l'image d'un spectateur issu de la consommation télévisuelle ? Les deux « médias » peuvent-ils être mis sur le même plan en terme d'usage ?

La description d'un nouvel usage des médias nous permet-elle de remettre en cause les attendus des descriptions des téléspectateurs qui prévalaient jusqu'à présent ?

Enfin, en terme d'économie des signes, de circulation des représentations, que changent l'intégration économique et la convergence technique entre réseaux et supports ?

La modification de la circulation de l'information n'a-t-elle aucun impact – et pourquoi un changement technologique devrait-il avoir un impact mécanique sur les structures sociales, soulignent certains auteurs. Au contraire, nos structures sociales ne sont-elles que la conséquence des artefacts que nous utilisons pour communiquer et partager nos représentations ? Entretiennent-elles au moins une certaine relation d'isomorphie ?

Il n'est pas facile de s'entendre sur les termes « structures sociales », sur l'échelle d'observation à prendre en compte, sur les comportements ou les institutions à décrire. C'est pourquoi nous nous en tiendrons encore principalement à la loi, aux intentions de ses rapporteurs et aux réactions qu'elle entraîne dans l'espace public : car l'enjeu n'est plus seulement économique, ni seulement une question de conceptualisation ou de méthode. Il devient citoyen, dès lors que change la logique de la Loi, et que de nouvelles formes de

[1] A travers les téléchargements illégaux par exemple.

pouvoir impliquent peut-être de nouvelles formes de recherche, d'enseignement, de création et de résistance[1].

La télévision du futur

Entre les fictions technologiques et la réalité économique, l'évolution de la télévision obéit néanmoins à un certain nombre de constantes qu'a analysées Pierre Musso[2].

Ces évolutions seront, en effet, toujours justifiées en tant qu'elles doivent permettre le développement d'alternatives par rapport au modèle de la télédiffusion centralisée autour de quatre termes :

- Proximité VS Centralisation
- Alternative VS Communication hiérarchique
- Interaction VS Intransitivité
- Multiplication VS Rareté des canaux

Les évolutions technologiques devraient ainsi permettre de substituer, à la télévision d'État, une télévision de « société civile », bâtie sur un réseau associatif, devant favoriser une expression alternative et locale. Cette télévision-miroir, en renvoyant le spectacle de la réalité, devrait permettre de l'améliorer, là où la télévision-message[3] ne faisait que diffuser une parole préconstruite, toujours suspecte de manipulation, au service de la prorogation des hiérarchies et donc, des inégalités sociales.

La fin du monopole de l'ORTF, le plan câble, le développement du satellite puis celui de la télévision numérique terrestre (TNT) seront toujours justifiés au nom de ces alternatives, qui ont parfois pu exister expérimentalement à des niveaux communautaires ou locaux.

Ces propositions reviennent aussi à justifier le monopole ou le contrôle de l'État comme la manière, en définitive la plus démocratique, d'occuper des espaces d'expression caractérisés par la rareté (les fréquences, les canaux), en attendant leur multiplication grâce aux innovations technologiques.

---

[1] Chronologie des évolutions légales présentée en annexe page 477.

[2] « L'antienne de l'antenne du futur » dans Les Dossiers de l'audiovisuel n°112 novembre-décembre 2003 : *Un siècle de télévision – Anticipation, utopie, prospective*.

[3] Cf. Roger Odin et Francesco Casetti : « De La Paléo- à la néo- télévision », dans *Télévisions mutations*, Communications 51, Seuil, Paris 1990.

Or, la multiplication des chaînes se fera avant tout dans un sens commercial, les expériences associatives demeurant marginales. On aboutirait ainsi à la contre-situation suivante :

- Proximité VS Centralisation ⇒ Groupes de communication
- Alternative VS Communication hiérarchique ⇒ Catalogues de programmes
- Interaction VS Intransitivité ⇒ Pseudo-interactivité
- Multiplication VS Rareté des canaux ⇒ « Bouquets » contrôlés par des oligopoles

La mise en cause de la centralité du contrôle télévisuel aura seulement légitimé la constitution de groupes de communication oligopolisitiques, liés à des intérêts industriels, se contentant d'assurer la rotation de programmes achetés sur catalogue, en mettant en scène une pseudo-interactivité, la démultiplication des chaînes ne correspondant qu'à une augmentation du nombre de fenêtres de diffusion et non à une diversification de l'offre[1].

Cette démultiplication pose néanmoins des problèmes de financement. Musso voit ainsi principalement dans la promotion de la convergence entre télévision et « téléordinateur » une mise en avant du principe du télépéage, principe que l'on retrouve effectivement dans la vidéo à la demande.

Musso cite ainsi Nicholas Negroponte, « gourou du MIT » (en référence au Media Lab, créé en 1985), en reprenant les propositions que Negroponte exposait dans *L'Homme numérique*[2] :

> *La télévision, bien que numérique, sera éclipsée par le micro (ordinateur)* […] *Il faut cesser de penser à la télévision en terme de télévision, si on veut qu'elle ait un avenir. Il faut y penser en terme de bit.*
>
> […] *Le poste de télévision d'aujourd'hui vous permet de contrôler la luminosité, le volume et les chaînes. Celui de demain vous permettra de modifier le contenu, qu'il s'agisse de sexe, de violence ou de tendance politique […]. Cela veut dire que la télévision est en grande partie comparable au téléchargement pour un ordinateur.*
>
> […] *La télévision-péage et la télévision-ordinateur vont de pair. La fiction technique de la télévision-ordinateur ouvre la voie à l'utopie de la nouvelle économie.*

Or, ces propositions reposent au moins sur trois apories :

---

[1] Ce qui peut donc faire regretter la situation antérieure et amener à surévaluer les émissions du passé, voir note précédente.

[2] Édition française : Robert Laffont, Paris 1995. Traduction de *Being digital* Vintage Books, New-York / Random House, Toronto 1995, reprise d'articles écrits pour la revue Wired qu'il a contribué à fonder.

1. Au niveau communautaire, les programmes les plus intéressants ne sont pas forcément les mieux adaptés et les mieux ciblés : dans la mesure où la constitution d'une communauté est toujours relative, ce sont d'abord les totems des autres qui permettent de constituer le caractère propre du sien[1].
2. Au niveau collectif, la consommation, comme la création, demeurent des phénomènes essentiellement individuels : une création « collective » ne renvoie qu'à la fusion d'un énonciateur particulier dans un intérêt commun.
3. Au niveau individuel, la consommation d'un média particulier n'a pas forcément d'intérêt en dehors d'une pression collective : les questions d'acceptabilité ne se posent en effet que sous le regard des autres.

Les détenteurs de droits audiovisuels vont ainsi faire pression pour que la loi avalise et renforce leurs droits patrimoniaux malgré les évolutions techniques, l'interopérabilité des supports ne les garantissant plus. Les porte-parole de structures communautaires vont tenter de multiplier les pressions dans l'espace public pour faire valoir leurs positions normatives. Les individus vont télécharger, détourner, transformer, produire et consommer, sans que les organes de régulation ne parviennent facilement à circonscrire leur intérêt et à le transformer en échange financier.

Il est donc particulièrement important de préciser les enjeux esthétiques de la Convergence pour pouvoir en établir les conséquences économiques et communicationnelles.

---

[1] Suivant une *sociologie de signes* pour reprendre les termes de Roland Barthes référant à Claude Lévi-Strauss, où le signe *est défini essentiellement par sa place au sein d'un système de différences (d'opposition sur le plan paradigmatique et d'associations sur le plan syntagmatique)*, « Sociologie et socio-logique », dans *L'Aventure sémiologique* Seuil, Paris 1991. Claude Lévi-Strauss *Le Totémisme aujourd'hui* et *La Pensée sauvage*, PUF Paris 1962.

[…] *Sur les raisons qui poussaient tel clan à prendre pour totem tel animal, Claude Lévi-Strauss propose de confronter non le clan et l'animal, mais les rapports entre clan et les rapports entre animaux ; le clan et l'animal disparaissent, l'un comme signifié, l'autre comme signifiant : c'est l'organisation des uns qui signifie l'organisation des autres et le rapport de signification lui-même renvoie à la société réelle qui l'élabore.*

La télévision : Quelles rupture(s) pour quelle transformation(s) ?

Une finalité de ce travail est donc de préciser certaines particularités communicationnelles de la télévision, au regard des discours accompagnant les prospectives techniques et économiques données en terme de convergence des médias.

- Le fait télévisuel est d'abord envisagé dans une perspective esthétique, ce terme étant entendu dans un sens élargi, c'est à dire en tant qu'il s'agit d'un processus de production de représentations, considérées comme des éléments structurants de l'expérience sociale[1]. Il peut être alors utile de ré-interroger les approches basées sur des termes d'analyse idéologique, et de préciser dans quelle mesure ces postulats ne fonctionneraient qu'en inférant une intentionnalité particulière de la part du médium. Celle-ci pourra être déterminée par l'étude des évolutions et des préconisations réglementaires affectant le secteur.
- Le téléspectateur apparaît alors comme un paradigme nécessaire à la justification, tant des interventions politiques que des considérations économiques et juridiques.
- Or, les approches purement textuelles rencontrent souvent leurs limites face à un médium dont les unités apparaissent difficilement sécables (elles ne recoupent pas forcément l'expérience du téléspectateur), cela d'autant plus que le rapport entre les programmes et leur signification s'avère également problématique[2]. La propension du média à se reprendre lui-même et la labilité de ses énoncés nous conduisent à proposer d'envisager la télévision, non en tant que texte structuré, mais en tant que texte structurant (un *programme* ?). En d'autres termes, l'écart manifesté entre « conventionalité » et motivation nous semble constituer le potentiel des émissions de télévision, beaucoup plus qu'une limite éthique ou idéologique.

---

[1] Nous entendons par expérience sociale l'intégration individuelle des normes qui régissent l'espace social. Nous proposons notre définition de l'espace social dans la partie Espaces symboliques, marchands, politiques page 32.

[2] Voir les travaux d'Umberto Eco, développant l'hypothèse suivant laquelle les émetteurs organisent les productions télévisuelles en fonction de leurs propres codes qui coïncident avec ceux de l'idéologie dominante tandis que les récepteurs les remplissent de significations suivant les spécificités de leurs codes culturels, en particulier *La Structure Abscente*, Mercure de France, Paris 1972, *Lector in fabula*, Grasset, Paris 1985 et *Les Limites de l'interprétation*, Grasset, Paris 1992.

- En effet, le dispositif semble plus important que l'objet produit : les programmes, dans leur majeure partie, perdent tout intérêt s'ils sont isolés ou dissociés du dispositif (tant spatial que temporel[1]) qui les a engendrés (et que les méta-discours ne cessent de souligner ou de mettre en scène). D'un point de vue juridique, c'est même sur les aspects formels du dispositif que repose le droit d'auteur en France.

- La télévision serait envisagée en tant que dispositif d'engendrement, en tant que « poïetique », et non suivant les objets produits engendrant une esthétique. Certains objets, à la résonance culturelle particulière, sont réintroduits dans le dispositif génératif qui conserve toujours sa capacité à engendrer des pastiches, des parodies, des jeux sur le code, éventuellement jusqu'à la saturation des codes, voire par l'utilisation de sur-codage.

- Une émission est tout le contraire d'une œuvre close : elle peut être basée sur des jeux à règles fortes et à variables imprévisibles (le sport) ou sur des jeux à dispositif conditionnant et à variables faibles (les talk-shows) ; elle est le point de départ d'une combinatoire, d'un dispositif génératif permettant de produire un énoncé, intégré dans une matrice, soit une « grammaticalisation »[2] qui, en limitant les factorielles de la combinatoire, donne la visibilité spatio-temporelle de la matérialité des signes qui la composent. C'est donc la réception, comme lieu de la visibilité, qui serait le lieu de la motivation et de la production du sens : celui-ci serait en conséquence indéterminable, seulement susceptible de nouvelles combinaisons ludiques en fonction des usages sociaux et des possibilités techniques.

- La position méthodologique adéquate, pour une approche textuelle de la télévision, serait alors de relier analyse formelle des codes et analyse pragmatique[2] des énoncés télévisés en tant qu'actes de discours.

- Cependant, regarder la télévision, ce n'est pas seulement le plaisir de la performance spectatorielle, c'est aussi découvrir ce qui est derrière et ce qui produit le flux avec

[1] Le propre du direct, du sport ou de Loft Story tenant sans doute plus à cette synchronie générative qu'au caractère « réel » ou « spontané », mis en avant par les producteurs, et parfois retenus par les analystes, avec constitution d'une polémique, mais peu évident en réception, puisque connaître le caractère fabriqué ne diminue en rien l'intérêt de l'émission, mais au contraire l'alimente. L'échec d'une parodie déclarée, comme l'émission de téléréalité de M6 Gloire et Fortune, censée parodier tout ce qui a été fait auparavant dans ce genre, semble corroborer cette hypothèse.

[2] Les contraintes des agents du champ de production (l'acceptabilité des énoncés) peuvent être vues comme une « grammaticalisation » des énoncés, le passage du lisible au visible, en fonction des sanctions inhérentes au champ.

lequel on interagit ; c'est donc interagir, produire des attitudes et des discours, voire de nouveaux textes quand les conditions de production le permettent, ce qui est donc plus facilement le cas avec Internet.

- En l'occurrence, la fonction « illocutionnaire » de la télévision – c'est à dire réduire l'indétermination de ses propositions énonciatives par méta-discours ou conventions extralinguistiques – demeure toujours limitée par l'absence de réflexivité de la situation de communication. Si la représentation par la télévision de sa propre « subjectivité » (les conditions de production de son discours) peut être vue comme ayant un rôle authentifiant[1], le « sujet » ainsi construit ne peut jamais être interrogé pour valider les distinctions et les conventions qu'il opère ou sur lesquelles il se fonde.
- Manifestement, ce modèle de téléspectateur *joueur* et *producteur* est déjà à l'œuvre dans le cas des jeux vidéo ou d'Internet : ce n'est plus un téléspectateur qui se joue de l'enfermement, mais un spectateur qui déjoue le contrôle. Plus qu'un changement de média, il s'agit de souligner un changement de modèle où chaque terme doit être envisagé dans sa propre construction, et non plus seulement dans sa propre discipline.
- La principale forme d'appropriation de la télévision serait le détournement : le principal intérêt de la notion de convergence, *in fine*, serait de pouvoir mettre en évidence, à partir d'Internet, des modalités de fonctionnement du téléspectateur rarement prises en compte, puisqu'elles ne servent aucun des acteurs du secteur, qu'il s'agisse de l'instance de régulation, ou de la justification des choix économiques, ou de l'utilisation de la télévision pour manifester sa position dans l'espace juridique, dans l'espace public ou dans l'espace savant.

Convergence des utopies : Utopie de la communication, utopie de la représentation

Les discours accompagnant le développement des médias audiovisuels, depuis maintenant plus d'un siècle, saluent donc deux qualités, parfois complémentaires, peut-être contradictoires.

[1] Voire, paradoxalement, par « dé-légitimation », en mettant en exergue une communication « de peu » vers « tous ».

L'analogie photographique, complétée par le mouvement, puis par des effets de panorama, la couleur, le son, éventuellement les odeurs[1] et la troisième dimension, ouvre vers l'utopie d'une représentation exhaustive du monde réel, à travers divers procédés d'enregistrement et de reproduction.

L'accessibilité de ces enregistrements, indépendamment du temps, de la distance (que ce soit par courtage de supports physiques ou par des moyens de télécommunication) et des cultures, ouvre vers une utopie de langage commun et accessible à tous, une utopie de la communication.
La modernité sera donc saluée dans ses progrès techniques, soit qu'elle permette de se rapprocher d'une représentation parfaite, soit d'une communication parfaite.
Les deux problématiques relèvent néanmoins de segmentations de marché particulières et de discours promotionnels spécifiques.
Ainsi, on peut s'extasier devant une image minuscule et trésaillante dès lors qu'elle est retransmise par télématique, tandis que les salles de cinéma les plus post-modernes proposent les écrans les plus larges et les images les plus fines que peuvent permettre les dernières innovations techniques.

Ces deux utopies peuvent en effet être envisagées d'un point de vue énonciatif : une utopie de la représentation revient à vouloir effacer toute trace d'énonciation technique, une utopie de la communication à – inversement – valoriser le processus énonciatif lui-même. Si les deux procédés sont donc opposables, ils relèvent néanmoins d'une problématique semblable : mettre en avant ou effacer les conditions de production et de communication d'une représentation.

Pourquoi vouloir oublier une énonciation technique ou mettre en avant son effacement, ou valoriser au contraire toutes ses traces et ses imperfections ?

Peut-être s'agit-il essentiellement d'une question de promotion des techniques en fonction de leur perfectionnement et de l'extension de leur usage[2] : initialement, une nouvelle technique est présentée pour elle-même, tous les aspects qui révèlent sa présence à travers une altération de la représentation sont donc soulignés. Une technique dont l'usage est devenu parfaitement répandu sera promue pour ses vertus d'analogon. À cette échelle « technique », il convient

[1] Quelques expériences « d'odorama » ont été menées, par exemple en invitant les spectateurs à humer des pastilles odoriférantes à certains moments d'un film ou d'une émission de télévision.

[2] Il faut également signaler l'ensemble des effets « d'inertie » d'un marché, comme le besoin d'écouler les produits existants et d'amortir les outils de fabrication.

d'ajouter une échelle « culturelle », au sens où la présence de marqueurs énonciatifs particuliers et d'effets de distanciation contribuera à définir le degré de légitimité des produits culturels et le degré d'autonomie de leur champ d'expression : la Nouvelle Vague s'est ainsi détachée de la « belle image » de la Qualité Française.

Or, la télévision occuperait alors une position intermédiaire entre le cinéma et les *webTV*. Le processus technique de la retransmission n'est plus guère souligné ; la construction de la représentation est, par contre, encore largement présentée en abyme. Elle tend même à remplir cette fonction pour le cinéma, d'une façon parfaitement institutionnalisée, en assurant la promotion des films.

La diffusion vidéo par réseau informatique complète ces modes de diffusion : les *webTV* mirent en avant leur indépendance, corollaire d'un modèle économique inabouti.

Son extension sur les réseaux ADSL, avec une qualité de réception supérieure à la diffusion analogique hertzienne, contribue à déplacer la question : le critère de distinction devient la séparation entre espace domestique et espace personnel.

Le téléphone mobile permet la réception de programmes en basse définition, limite compensée par le caractère pionnier de ce mode de diffusion, tandis que la réception domestique est calibrée sur les critères de qualité du *home cinema*, quel que soit le réseau utilisé, hertzien, satellitaire, câble de télédiffusion ou fil téléphonique.

Plus que le canal, l'enjeu éditorial, économique et politique devient le contrôle du « portail », c'est à dire l'ensemble des moyens assurant la mise en contact du produit audiovisuel ou du service multimédia avec son usager à travers une interface unique.

Or, cet enjeu est double : la diffusion télévisée en utilisant des *protocoles Internet* permet également de savoir *qui regarde quoi*.

Le téléspectateur n'est plus un inconnu que tentent de définir la norme du marché ou la conceptualisation des chercheurs, mais le client d'un service identifié comme tel, ce qui ne sera sans doute pas sans conséquence sur la répartition entre la « télévision offerte » et la « télévision consommée », pour reprendre les distinctions de Souchon[1].

[1] « Pour une utilisation complexe de l'audimétrie » dans Hermès n°37, *L'Audience*, coordonné par Régine Chaniac, CNRS, Paris 2003.

Approche

La période 2000 – 2005 correspond à la mise en place des évolutions technologiques, économiques, réglementaires et juridiques que l'on a désignées sous le terme de Convergence. À partir du Livre Vert sur la convergence, présenté par la Commission européenne fin 1997, va se mettre en place, à partir de 2000, un droit spécifiquement adapté à la convergence dans le domaine économique. La référence à l'évolution des médias sera également systématiquement invoquée sur cette période dans le domaine social et pénal.

Le Président de la république pourra ainsi annoncer, lors de ses vœux pour l'année 2006, que le pays entre dans une ère nouvelle, l'ère numérique, établissant un parallèle avec la révolution industrielle[1].

> *Le numérique, c'est une révolution industrielle, incomparablement plus rapide que les précédentes, et peut-être plus profonde. Ses enjeux sont immenses. Économiques et sociaux, naturellement : déjà, un quart de la croissance s'effectue dans le numérique. Culturels aussi : aujourd'hui se dessine la nouvelle géographie des savoirs et des cultures. Demain, ce qui ne sera pas disponible en ligne risque de devenir invisible à l'échelle du monde.*

Les conditions juridiques de *l'économie numérique* ont en effet été rapidement précisées à partir des premiers projets de loi sur la Société de l'Information. L'adoption du *paquet télécom*[2] se fera néanmoins avec beaucoup de retard. D'autre part, la question des droits des auteurs, et de ceux des usagers de contenus culturels, demeure encore en suspens, tant les enjeux semblent irréconciliables et les différents groupes de pression attachés à la défense de leur position. La Commission a présenté son projet de directive sur ces aspects à la fin de l'année 2005, en même temps que les nouveaux axes d'encadrement de l'activité de télévision. L'intégration des accords internationaux relatifs au droit d'auteur dans le droit français s'est faite avec plus de retard encore, la discussion de la loi en décembre 2005 s'avérant particulièrement houleuse entre partisans de la pénalisation des usages illicites et promoteurs d'un système de redevance globale. À la surprise des parlementaires eux-mêmes, un texte fut en effet voté, allant dans le sens d'une libéralisation des échanges pairs à pairs

---

[1] Allocution donnée à l'occasion des vœux aux forces vives, Palais de l'Elysée, 5 janvier 2006. Transcription reproduite en annexe page 474.

Voir également un exemple de détournement d'image à cette occasion page 309.

[2] Ensemble de directives européennes, intitulés et chronologie d'adoption présentés en annexe page 478.

que le gouvernement entendait limiter. Dans la confusion, l'examen de la loi sera encore reporté à l'année suivante, et ne conduira en mars et en mai 2006 qu'à une loi insatisfaisante pour toutes les parties.

Sur le plan pénal et social, la convergence entraînerait également de nouvelles formes de criminalité : le gouvernement et le législateur, comme les institutions internationales, vont être extrêmement prompts et productifs sur ce plan, avec une certaine inflation, tant des textes que des restrictions des libertés privées, celles que l'on nomme justement les libertés publiques.

Sur le plan économique, la plupart des évolutions technologiques sur lesquelles les groupes de communication semblaient miser pour se développer, ou du moins pour justifier les intenses restructurations qui venaient d'avoir lieu à la fin des années 1990, ne sont réellement proposées aux usagers que dans le courant de l'année 2005[1]. Ces restructurations ont en effet, à tous les niveaux, été très coûteuses. C'est principalement l'arrivée de « nouveaux entrants », en particulier dans l'ADSL comme Free ou Boloré pour la TNT, qui va en accélérer le déploiement. Free occupe ainsi, fin 2005, la première place en France parmi les fournisseurs d'accès haut-débit, avec 1,6 millions d'abonnés. En particulier, la société du groupe Iliad va parvenir à proposer une offre de diffusion de la télévision par ADSL dès la fin 2003, avec le soutien implicite de l'Autorité de Régulation des Télécommunications. Les câblo-diffuseurs historiques devront s'aligner sur cette offre[2]. Le cadre légal de la diffusion de la télévision par la ligne téléphonique se mettra en place ensuite, par le biais d'accords avec les sociétés d'auteurs et les sociétés représentant les droits des producteurs audiovisuels, sous forme de pourcentage sur les recettes d'abonnement[3].

La concurrence historique entre deux bouquets de télévision par satellite semble également arriver à son terme : TF1 a officiellement annoncé, en décembre 2005, l'ouverture de

---

[1] La télévision sur mobiles, le *podcasting* (diffusion vidéo adaptée aux baladeurs numériques, "balado-diffusion" dans la terminologie canadienne) la vidéo à la demande sur Internet, les terminaux (décodeurs ou modems) intégrant un disque dur et un guide de programmes complet (apparus un peu plus tôt dans l'offre satellite) et des services interactifs, l'interconnexion téléviseur-ordinateur à partir du même terminal, entre autres.

[2] Les offres intégrant téléphonie, télévision et accès Internet sont dites *triple play*.

[3] L'accord Free - ANGOA / ANGICOA est annoncé le 8 octobre 2004, l'accord commun avec la SACEM, Société des Auteurs, Compositeurs et Editeurs de Musique, la SACD, Société des Auteurs et Compositeurs Dramatiques, la SCAM, Société Civile des Auteurs Multimédia et l'ADAGP, société des Auteurs dans les Arts Graphiques et Plastiques est annoncé le 8 mars 2005.
Communiqué de presse commun : http://www.iliad.fr/actualites/Cp_080305.pdf.
Voir également « Télévision par ADLS : Free se met en accord avec la législation sur le droit d'auteur » Zdnet 8 mars 2005.

négociations avec Canal Plus pour la cession du bouquet[1], accord signé le 6 janvier 2006[2]. Cette concurrence frontale avait notamment entraîné une inflation des droits de retransmission du football. L'autre partenaire, M6, semble plutôt miser sur la TNT pour son développement.

Canal Plus a également annoncé en mars 2006 le développement d'une offre de télévision haute-définition par satellite[3].

La plupart des initiateurs du mouvement de convergence ont été remerciés, voire dénoncés par leurs propres actionnaires. Le groupe Vivendi Universal a dû, ainsi, revendre une partie de ses actifs. Jean-Bernard Lévy, président du directoire, a annoncé le 1er mars 2006, lors d'une conférence de presse à l'occasion de la présentation des résultats annuels, que le groupe allait simplifier son nom, revenant à la dénomination "Vivendi" : « c'est une façon de tourner la page », a-t-il estimé. Le changement doit être soumis, en avril 2006, à l'assemblée générale des actionnaires[4]. La saga de fusion AOL-Time Warner, de l'annonce de la fusion à la démission et à la mise en cause de son fondateur, est également emblématique de cette période. Les actionnaires minoritaires du groupe iront jusqu'à préconiser fin 2005 de séparer les activités audiovisuelles et multimédia du groupe.

La convergence est effectivement liée à des phénomènes de concentration d'entreprises au niveau mondial, la dématérialisation des contenus et leur circulation facilitée redoublant la circulation plus libre des marchandises et des capitaux dans le cadre des différents accords sur le commerce international[5]. Ces effets de *globalisation des échanges* ne sont évidemment pas sans incidences sur le secteur de la production de contenus culturels, où les interventions de

---

[1] « Deux bouquets en fusion », Libération du 12 décembre 2005, Raphaël Garrigos et Isabelle Roberts.

[2] Communiqué du 9 janvier annonçant la signature de l'accord du 6 janvier conforme à l'annonce initiale : http://www.vivendiuniversal.com/vu/fr/press_2005/20060109_Vivendi_Universal__TF1__M6__signature_du_projet_de_rapprochement_industr.cfm.htm .
Le nouvel ensemble devait être détenu par VU à 85%, TF1 à 9,9% et M6 à 5,1%.
Temporairement baptisé Canal+ France, il est valorisé à 7,5 milliards d'euros. A la suite des accords passés avec Lagardère, apportant 525 millions d'euros, l'ensemble sera détenu à 65% par le groupe Canal+, à 20% par Lagardère, à 9,9% par TF1 et 5,1% par M6. Le dossier doit alors être présenté début mars aux autorités de la concurrence. Communiqué du 17 février 2006 : http://www.lagardere.com/pdf/Slides_fr17_02_06.pdf .

[3] En utilisant un nouveau décodeur « Mediasat Max » compatible MPEG 4 (norme de compression haute-définition). Communiqué du groupe du 24 mars 2006 « Le groupe Canal Plus lance son offre haute-définition sur le satellite » : http://media.canal-plus.com/file/35/7/38357.pdf .

[4] AFP 1er mars 2006 : « 'Vivendi Universal' devient 'vivendi' pour 'tourner la page' ».

[5] On retrouverait corrélativement, dans les polémiques politiques contre la mondialisation, la dénonciation d'une « globalisation des élites » qui verrait celles-ci abandonner la référence nationale qui les légitimait. Jean-Marie Messier a largement cristallisé ce type d'angoisse en investissant de lui-même cette posture, par l'usage affiché de l'anglais lors de soirées de prestige ou de réunions de travail en France et son installation à New York en 2002.

L'État sont légitimées par les notions de culture nationale ou de culture irréductible à une marchandise. L'idée d'une *exception culturelle* à la dérégulation et à la globalisation correspond ainsi, suivant le point de vue où on se place, au souhait du financement par la collectivité publique d'une *industrie de prototypes*, à une rentabilité à trop long terme pour être assurée par les entreprises privées[1], ou à la promotion de produits identitaires, ou à la promotion d'œuvres à vocation universelle, ou au maintien des instances de régulation et de répartition qui en vivent, ces notions n'étant – pas forcément – incompatibles, ni antinomiques.

La logique de réseaux fermés et d'acquisition de studios et de droits audiovisuels qu'ont pu promouvoir les premiers acteurs de la convergence, suivant un principe de contrôle de l'offre, s'est effacée au profit d'une logique de réseau ouvert dans lequel les *portails*, permettant de redistribuer la demande des usagers en fonction de l'offre indexée, occupent la position la plus stratégique. L'acteur dominant du secteur, de ce point de vue, est bien, fin 2005, Google et non VU ou Time Warner. La question du contrôle de la demande est devenue essentielle. Or, l'idée de contrôle de l'offre correspond politiquement à un principe de censure et de contingentement qui, en tant que tel, revient à construire des marchés fermés ou à limiter le nombre de biens culturels en circulation. Cette incompatibilité entre développement économique par ouverture des marchés et censure politique aura peut-être entraîné la fin des contrôles de l'État sur la circulation des contenus qui caractérise le XIXème et qui s'efface progressivement durant le XXème siècle. L'idéologie libérale mettra, du moins, en avant ce rôle politiquement libérateur du marché. Cependant, rappelons que c'est également pour tenter de dépasser les oppositions nationales, nées au XIXème siècle, qui avaient entraîné le continent dans deux guerres mondiales, que l'on promut la libération des échanges économiques qui conduira à l'Union Européenne. Mais entrer dans une logique où la demande est déterminante, donc changer le statut pragmatique des téléspectateurs et des consommateurs, entraîne par corrélation une modification du statut symbolique des offreurs de biens culturels et de leurs producteurs.

En entrant dans une logique de demande, le marché des biens culturels se rapproche en outre des enjeux de l'espace politique : contrôler la demande, surveiller les usages pour pouvoir les anticiper. La dimension privée, inobservable et irrépressible, *libre*, de la consommation par rapport à l'offre, disparaît : les moyens techniques liés à la dématérialisation des contenus

[1] Aspects mis en avant par Laurent Creton.

permettent de la suivre de très près. La sphère privée semble donc menacée d'un point de vue marketing, ce que l'on pourra vérifier également d'un point de vue politique : Google et Yahoo ont ainsi été accusés, en 2006[1], d'avoir aidé les autorités chinoises à arrêter des dissidents en donnant accès à l'historique de leurs connexions et au contenu de leurs boîtes aux lettres électroniques, tout en accédant aux demandes officielles de filtrage des références qu'ils indexent.

Aborder la question de la convergence impliquera donc d'envisager les questions de statut symbolique des objets culturels, de construction de leur énonciateur et de visibilité de l'énonciataire, d'évolution des positions stratégiques d'un point de vue économique, de changement dans la réglementation, et d'évolution des lois liées aux questions d'expression publique et de vie privée.

Finalités

Nous nous situerons expressément dans l'espace économique, juridique, politique et médiatique français, dont la cohérence[2] pourra notamment nous permettre de mettre en évidence d'éventuelles corrélations entre des évolutions relevant *a priori* d'espaces différents. Le phénomène supposé étant lui-même mondial, nous signalerons les phénomènes internationaux permettant de préciser la situation étudiée.

Les moyens de l'étude empruntent aux recherches des espaces américains et européens ; ces espaces peuvent présenter des différences, tant d'un point de vue pragmatique que théorique : c'est toujours suivant leurs occurrences dans notre propre espace que nous les utiliserons.

Les logiques de censure, que ce soit par contention de l'information ou contrôle des usages, liées à des critères complexes d'acceptabilité politique et culturelle, sont extrêmement variables par définition : elles dépendent donc, tout particulièrement, des espaces considérés. Or, grâce à la diffusion des médias électroniques, les réactions publiques à la censure ou à une absence de censure sont maintenant au cœur d'enjeux politiques et sociaux internationaux.

---

[1] « Chine : Google et Yahoo censurent gratis » dans Libération du 15 février 2006, Philippe Grangereau, Pékin, & Laurent Guenneugues, Paris, à partir d'informations sur la censure en Chine diffusées par Reporters Sans Frontières.

[2] Entendu comme une homogénéité des cadres juridiques, éditoriaux et discursifs, définissant ce que nous appelons un *espace public*.

En abordant les aspects pratiques, économiques, réglementaires et discursifs de la convergence, nous essayerons d'évaluer les questions morales qui se posent par rapport aux médias, en particulier la télévision, et à leur usage politique :

- S'agit-il d'assurer une énonciation transparente, avec un émetteur toujours facilement identifiable dans son objet et dans ses intentions ?
- De se situer dans une échelle culturelle ?
- De construire une relation de communication la plus *transitive* possible, au sens de réversibilité des positions d'émission et de réception – l'inverse, donc, d'une position de mépris face à un sujet pris comme objet ou à un interlocuteur réifié ?
- De proposer des programmes permettant au destinataire d'exercer sa créativité dans l'interprétation et la recombinaison des codes ?
- D'apporter du plaisir, ludique ou esthétique ?

Dans cette perspective, nous reviendrons, en particulier, sur les fonctions possibles d'une catégorisation de l'influence des médias en terme « d'ères » ou « d'âges » : une nouvelle ère, ce sont aussi de nouveaux usages, dont certains illégaux le plus souvent, comme le téléchargement musical[1]. Or, on observe un glissement vers la pénalisation d'un grand nombre d'actes : on retrouve l'occurrence politique suivant laquelle le manque d'affirmation de l'autorité serait la cause des dérives, entraînant un manque de responsabilité des nouveaux usagers. Cette question de l'autorité, de sa représentation et de son affirmation, de sa mise en jeu dans les médias, de son évolution en fonction des médias dominants, semble donc centrale.

Comme la culture, le champ politique est un lieu de production de biens immatériels : les contenus doivent se matérialiser pour rentrer dans une économie où les bénéfices sont réversibles.

Les principales polémiques dans l'espace public sur cette période, sur les questions de génération, de racisme, de « communauté », de violence, nous aideront aussi à préciser la dimension énonciative des effets de pouvoir dont les médias et la convergence sont, à la fois, le théâtre, l'enjeu, et peut-être la cause.

---

[1] Bien que la question de l'illégalité du téléchargement dépende de l'interprétation du statut juridique des fichiers échangés : est-on dans le cadre de la copie privée ou dans celui de la diffusion collective ?

Argument

La convergence entre médias et télécommunications entraîne-t-elle une dissolution de l'espace public et des espaces privés en une multitude d'espaces à la fois privés et publics ?
Si le livre, la presse, les médias imprimés, ont permis la structuration démocratique de notre espace politique, le développement des médias électroniques entraîne-t-il sa transformation ?
Les particularités esthétiques et communicationnelles de la télévision correspondent-elles alors à une forme de transition ?
L'ensemble de ces questions occurrentes[1]*, parfois énoncées sur le ton de la prophétie, dans d'autres cas sur celui de la catastrophe, ne sert-il pas avant tout de prétexte dans le jeu des rapports de force économiques et politiques qui s'expriment notamment dans les évolutions réglementaires et juridiques ?*
Ou ce jeu réaliste-t-il effectivement cette évolution ?

Première partie : transformations normatives. Usages symboliques

La question des effets sociaux, économiques et politiques des technologies émergentes renvoie elle-même à la séparation entre les espaces de l'usage, de la production et de la régulation. Si cette distinction s'avère parfois artificielle, elle est néanmoins courante dans le champ étudié et elle permet de préciser nos hypothèses, et en particulier de mettre en évidence des effets d'influences et d'actions réciproques ou interdépendants entre ces espaces. La redistribution de capitaux par l'État dépend, par exemple, directement de ses propres recettes fiscales. Le retour financier des entreprises, leur performance économique, leur capacité de vente, dépendent de l'usage qui sera fait de leurs produits. Ce retour implique donc que leurs marchandises aient un statut symbolique compatible avec celui de marchandise.

Or, les technologies nouvelles peuvent remettre en cause ces statuts, en particulier dans le cas de contenus culturels, susceptibles d'être échangés directement entre usagers à l'échelle mondiale, grâce à la numérisation et l'interopérabilité des différents réseaux, des différents supports, des différents terminaux.

L'usage des médias de masse a été longtemps décrié comme relevant d'une attitude passive, basée sur un radical fossé technique, économique et social entre usager et producteur. Cette image permet aussi de créditer les médias d'une valeur d'influence économique et politique,

[1] Pratiquement tous les rapports officiels sur la convergence ou les médias débutent ainsi par une citation de Mc Luhan, en particulier l'aphorisme sur l'équivalence entre forme et contenu.

croyance qui justifie l'essentiel des investissements qui leurs sont consacrés, tant intellectuels, financiers que juridiques.

Pourtant, de nouvelles pratiques d'appropriation apparaissent, tant du point de vue de la consommation que de la constitution d'espaces critiques et culturels : la facilité de publication, la capacité d'accès aux documents et aux commentaires, l'intégration des références dans un texte, la citation des sources, autant de traits de la culture savante qui relèvent maintenant d'un usage ordinaire, court-circuitant les médiateurs habituels, journalistes, éducateurs, experts, qui ne fondaient leur crédibilité que sur leur position énonciative et institutionnelle. Réappropriation, travail contributif, échanges entre pairs et désintéressement donnent une nouvelle dimension à un régime de gratuité qui n'existait, jusqu'à présent, que dans la sphère privée ou dans des institutions restreintes. La question du statut juridique et social de ces échanges demeure encore largement ouverte : braconnage[1] ou piratage ?

La coupure entre instruments de communication privée et moyens de publication collectifs apparaît de moins en moins nette dans les usages culturels. La convergence n'est donc pas seulement un artifice technique : intégrer moyens de communication et moyens de publication dans les mêmes instruments semble modifier irrémédiablement leur usage, le statut de leurs énoncés et leurs conditions de contrôle.

La contestation politique devient également plus ouverte : il est relativement facile de contrôler une catégorie sociale précise de médiateurs utilisant des supports et des institutions clos (journal, télévision, université…). La possibilité pour chacun de publier, d'écrire, voire de prendre et de diffuser des documents audiovisuels[2], pour dénoncer des répressions indues par exemple, semble rendre caduques les censures d'État par contention de l'information.

La télévision, la presse et les prospectivistes ne manquent pas de citer ces nouveaux usages des médias comme autant de nouveaux moyens de défense ou d'émergence de la démocratie : l'envoi de *sms* aurait ainsi contribué à déjouer le contrôle de l'information en Chine lors du *sras*, permis d'organiser des manifestations à l'origine de la chute du régime philippin en 2000, ainsi que les manifestations spontanées contre José-Maria Aznar après les attentats de

[1] Au sens de Michel de Certeau dans *L'Invention du quotidien 1* Arts de faire, Gallimard, Paris, 1990.

[2] Parmi les derniers exemples de l'année 2005, la diffusion sur Internet d'images vidéo prises depuis la caméra d'un téléphone portable a obligé le gouvernement de Malaisie à ouvrir une enquête après l'arrestation par la police et le viol d'une jeune femme d'origine chinoise dans des conditions contestées (AFP / Reuters 25 novembre 2005) : alors que le tourisme constitue un revenu important, près de 300000 touristes chinois auraient annulé leurs réservations après la diffusion de cette information (agence Sina).

Madrid… *a contrario* en mai 2005, le gouvernement chinois aurait envoyé des milliers de *sms* aux habitants de Pékin pour les dissuader de participer à une manifestation[1] ; le gouvernement français a également invoqué le rôle des *sms* lors des « émeutes » de novembre 2005. À la faveur des évolutions technologiques, chacun pourrait donc être surveillé, non seulement par l'État ou les multinationales mais par ses voisins, avec une relative réversibilité (surveiller les actions que l'État ou ses agents voudraient cacher), avec la possibilité de rendre instantanément publiques à l'échelle mondiale toutes ces traces de la vie privée.

Les campagnes d'opinion peuvent ainsi atteindre une visibilité inégalée : les campagnes d'associations civiques ou environnementalistes contre des multinationales sont même parvenues à entraîner un réajustement de la jurisprudence sur le droit des marques commerciales, autorisant le fait de les parodier, alors que le droit des marques et le marketing visent à figer leur forme et leur attribution symbolique.

Le statut des marques et des énoncés commerciaux, régi par le droit industriel, se rapprocherait-il du régime commun ?

Deuxième partie : jeux d'inscription et d'occultation. Usages énonciatifs

La question du statut des énoncés doit donc être précisée : la télévision, dans son principe de diffusion linéaire, procède à la fois de principes de poly-énonciation, de principes d'énoncés « gigogne », comme la publicité qui entoure un stade entouré de supporteurs entourés par la télévision, et de principes de séparation : les énoncés à caractères politiques et publicitaires font l'objet d'une réglementation spécifique. Maîtriser la parole et monopoliser l'antenne, dans cette perspective de rareté des canaux disponibles, constituent l'enjeu de luttes intenses, tant au niveau réglementaire et économique que pour ceux qui interviennent à l'écran.

Or les règles, qui régissent l'identification de l'énonciateur sur Internet, sont encore en cours de mise en place. La question de son attribution étant elle-même au cœur des luttes entre défense d'un espace, où chaque émetteur est légalement défini, promotion d'un espace commercial, où chaque identité peut être acquise aux enchères, et maintien d'un espace d'anonymat et d'identification volontaire, sur le principe des pseudonymes qui régissent l'attribution des rôles sur le minitel, dans les *chats* ou dans les univers virtuels.

---

[1] Exemples cités dans Le Monde du 27 novembre 2005 « Dans dix ans, la vie privée telle qu'on la définit n'existera plus », entretien avec Howard Rheingold recueilli par Laure Belot et Stéphane Foucart.

Troisième partie : les portails. Usages économiques

Dans le cas d'Internet, nous nous situons, par contre, dans une perspective d'explosion du nombre de « canaux » : l'élément éditorial et économique déterminant, c'est le *portail*, le moyen de recherche, de choix et d'accès vers les différents émetteurs.

Face au problème de la multiplication et de la diminution, tant de leur audience que de leur influence, une solution pour les chaînes de télévision consiste à capitaliser et investir leur image dans les nouveaux médias : diffusion sur téléphone mobile, portails Internet, reprenant en cela leurs pratiques liées au minitel[1].

L'aboutissement de cette logique, jointe aux limites et à la dilution de la publicité, amène les chaînes à passer du statut de support promotionnel à celui de support de vente : le télé-achat peut devenir la modalité dominante, l'interactivité autorisée par la convergence pouvant, par exemple, permettre de lier directement programme audiovisuel et processus d'achat.

Quand cette logique de vente rejoint celle de la diversification vers l'ensemble des médias, compatibles avec l'image de marque de la chaîne et susceptibles de toucher ses téléspectateurs, on assiste au développement commercial de tous les produits qui peuvent être dérivés de l'image ou de l'activité de la chaîne.

Ainsi, le problème de l'extension de la consommation gratuite, dû à la dématérialisation des contenus peut, en partie, être dépassé : les programmes n'ont plus pour fonction que d'être les vecteurs des marchandises ou des services proposés par la chaîne, comme c'était le cas avec le droit d'asile utilisé dans les années 60-70 à la télévision française.

Néanmoins, la surqualification des émetteurs peut poser de nombreux problèmes communicationnels, en particulier pour les portails Internet : l'origine d'un énoncé est en soi beaucoup plus difficile à déterminer sur Internet que dans le cas de la télévision. Un portail, en ouvrant vers d'autres sites, vers des offres de services et de vente, est-il viable s'il doit en même temps répondre de tous les contenus éditoriaux possibles vers lesquels il peut pointer ? D'autant que l'option économique la plus rentable consiste à mettre en place des offres dont les usagers, grâce aux processus d'appropriation évoqués[2], apportent eux-mêmes les contenus.

---

[1] Voir les études de Chantal Duchet sur la mise en place de pages minitel par les chaînes de télévision.

[2] Principe des *blogs*, des *chats*, des sites de vente de particulier à particulier, des sites de rencontre, entre autres.

Quatrième partie : l'encadrement des contenus. Usages réglementaires

Cette question de la responsabilité éditoriale a précisément donné lieu à un encadrement très rigoureux de l'activité de télévision.

Cette attention s'est exercée en particulier au nom de la protection de l'enfance contre les programmes violents ou trop sexuellement explicites, supposés traumatisants et / ou incitatifs.

La télévision, et plus encore Internet, posent en effet le problème du contrôle de la circulation de l'information, non seulement au niveau des États, mais aussi au niveau des familles et des institutions éducatives, donc de la définition de la séparation entre espaces publics et privés.

Les possibilités de rétention du savoir permises par la forme des livres imprimés devenant caduques, la réglementation y suppléerait. Or, la définition même de l'enfance est peut-être liée à l'extension de l'enseignement basé sur les livres et aux caractéristiques sociales de la société industrielle. Cette hypothèse explique, sans doute, l'extrême tension autour de cette question dont témoigne la multiplicité des rapports et des ouvrages relatifs aux médias et à l'enfance face à la violence.

L'attribution des rôles sociaux deviendrait également moins univoque dans une société où les réseaux tendraient à supplanter les hiérarchies, entraînant, par contrecoup, des réactions conservatrices.

Une apologie des institutions coercitives disparues dans les années 1970 réapparaît ainsi, tant dans l'espace des médias (les lieux clos, dont le modèle est le pensionnat, forment des espaces narrativement productifs dans le cadre d'expériences de télé-réalité), que dans l'espace législatif à travers la remise en avant des vertus des institutions d'enfermement traditionnelles basées sur la discipline, la séparation, l'uniforme, les contraintes et les châtiments corporels.

La notion de « changement d'ère », évoquée à propos de la convergence, se retrouverait alors peut-être confirmée par ces interrogations sur le statut de l'enfance et le rôle de la famille.

On peut néanmoins se demander jusqu'à quel point ces mesures réglementaires et les discours qui les soutiennent ne relèvent pas, avant tout, d'un simple espace d'énonciation du pouvoir, y compris pour les groupes de pression impliqués dans la protection de l'enfance.

En l'occurrence, il est frappant d'observer la similitude des arguments avancés pour la protection de l'enfance, face à la télévision et face à Internet, comme autant d'actualisations des mêmes positions adaptées en fonction de l'actualité des évolutions techniques. Au moins,

ces positions rendent compte de l'évolution du statut d'Internet et de la prise en compte de la convergence.

Internet se voit ainsi paré d'une aura de dangerosité qui justifie, non seulement l'encadrement juridique de la production et de la diffusion d'énoncés publics, mais aussi celui de leur consultation et de leur réception privées. Les vingt-cinq ministres de la justice de la communauté européenne ont, par exemple, adopté le 2 décembre 2005 une proposition de directive, obligeant les opérateurs téléphoniques et les fournisseurs d'accès à Internet à conserver toutes les données relatives aux communications et aux connexions des usagers[1].

Depuis septembre 2001, la lutte contre les communications internes des terroristes ou contre leur « propagande » justifie, en effet, un contrôle accru de l'ensemble des espaces privés, et un contrôle plus limité des moyens de coercition de la police et de ses possibilités d'arrestation et de détention administrative, alors que les citoyens étaient auparavant considérés comme protégés par leurs droits constitutionnels.

Cinquième partie : espaces privés et publics. Usage politiques

On voit donc apparaître, à l'occasion de la convergence des médias, de nombreuses évolutions majeures dans le droit français et dans le rapport du gouvernement aux institutions judiciaires : autorisation des interrogatoires captieux, mise en cause de la constitution et des plus hautes juridictions, mise en cause de la responsabilité des juges, privatisation du contrôle d'Internet.

Il est assez remarquable que ces retours à des situations juridiques, antérieures aux Lumières, se fassent à l'occasion de la convergence, comme la confirmation d'un changement d'ère vers une ère nouvelle qui ne serait peut-être plus construite sur la référence à l'écrit et à un idéal d'universalité. Alors que tous les lecteurs étaient égaux et susceptibles d'exprimer leur jugement, tous les téléspectateurs ne le sont peut-être pas.

Les arguments politiques qui soutiennent ces évolutions sont, en effet, extrêmement liés à l'actualité, donc à l'information diffusée par les médias, en premier lieu la télévision, et à ses logiques rhétoriques propres, comme la mise en avant des victimes.

La question demeure de savoir, si les nouveaux médias, en associant écrit et audio-visuel, en ouvrant les positions d'auteur et de lecteur, de sujet et d'objet, ouvrent de nouveaux espaces démocratiques et culturels, ou si l'inquiétude, face à cette ouverture, ne sert qu'à justifier la

[1] La plupart des ces mesures sont en fait déjà en vigueur au niveau de chaque État.

contention d'institutions qui auraient de plus en plus besoin de la répression pour se maintenir.

Plus que jamais, la définition du pouvoir semble être de parvenir à imposer ses discours, comme des énoncés vrais et susceptibles de régler les problèmes du destinataire dans son espace de réception, ce qu'expriment très différemment, mais très complémentairement, nous semble-t-il, Bourdieu et Foucault. Si l'on suit les modèles proposés par Bourdieu dans *Raisons pratiques*[1], la légitimité, comme l'émotion, ne sont que les produits d'une stratégie de discours, socialement orientée suivant les intérêts de l'énonciateur, l'objet de son efficacité étant précisément d'assurer son énonciataire de l'inverse, d'accréditer le sacrifice de son intérêt ou de son point de vue égoïste au point de vue du groupe, reconnu dans sa valeur et comme fondateur de toute valeur. Or, comme le soulignait Foucault[2], pour le destinataire, l'enjeu est aussi de profiter des effets du pouvoir en fonction de ses propres intérêts, tout en assurant le destinateur de l'inverse : on peut ainsi comprendre le fait d'accuser de régicide ceux que l'on souhaite faire embastiller pour des raisons purement personnelles.

Le récit de la convergence serait alors à lire comme la fiction pragmatique du rapport de la représentation au politique : plus qu'une improbable leçon d'histoire et de prospective, les discours sur l'évolution des médias nous donnent comme exemple leur propre écriture, au cœur du récit que notre communauté se donne pour se définir, la grammaire des discours polémiques doublant la grammaire de la langue, la grammaire des médias, la grammaire du droit, la grammaire de l'économie et la grammaire de la société.

Or, l'enjeu de la Convergence est peut-être bien de ne plus simplement étudier nos cadres réflexifs seulement par l'analyse de leurs représentations, mais de les éprouver en étant soi-même un acteur, voire un *joueur*.

---

[1] *Raisons pratiques. Sur la théorie de l'action* Seuil, Paris 1994.

[2] Nous développons ces aspects en quatrième partie, Le pouvoir de la télévision page 275.

1. Aspects symboliques

Evolutions et transformations

Nous ne chercherons pas à redéfinir la notion de symbole : il s'agit simplement pour nous de noter les changements de statuts des objets, à la fois suivant leur modalité de circulation, leur insertion dans un marché, et les connotations culturelles qui leur seront associées.

Les jeux vidéos ont eux-mêmes contribué à populariser l'idée d'un lien direct entre évolution technique, transformation des médias et progrès humains. Peut-être Mc Luhan a-t-il en effet fourni le scénario implicite qui a permis le développement des jeux de « civilisation »[1].

Les écritures sacrées ne manquent pourtant pas non plus de descriptions de différents âges humains : à l'image de l'individu lui-même, les sociétés passeraient par l'enfance et les renoncements de l'âge adulte, avant d'arriver à la maturité ou à la décadence.

La métaphore recèle donc une puissance certaine, un écho qui fait que l'image du passage vers un village global dans l'ère des communications électroniques peut difficilement être considérée seulement comme un raccourci insuffisant. Si les vertus scientifiques de Mac Luhan sont contestées, il n'en occupe pas moins une partie essentielle du corpus des textes utilisés dans notre société pour donner une certaine lisibilité au présent, au nom d'un avenir consolateur.

En établissant un lien de causalité entre industrie de l'imprimerie, diffusion des textes imprimés, mise en place de régimes politiques et judiciaires unifiés et construits autour de la référence à l'écrit, il propose d'examiner les conséquences politiques des médias électroniques.

Or, cet examen mérite d'autant plus d'être fait que le progrès technique peut parfaitement servir de prétexte à des régressions juridiques.

Nous observerons souvent cette tension entre apologie d'un monde de communication électronique, libéré de l'entrave des brevets et des copyrights qui ne seraient que les outils d'un système de domination et d'asservissement de l'individu et description apocalyptique d'un monde sans lois.

---

[1] Du nom d'un des premiers jeux basés sur ce principe.

En effet, les biens symboliques, dont la valeur marchande était garantie par le droit et la complexité des moyens de reproduction de technique, ne doivent désormais leur valeur financière qu'à la répression dans un espace de communications numériques.

Assez judicieusement, les sociétés de télévision investissent ainsi le marché des produits dérivés : si l'on se place dans la perspective d'une consommation gratuite des programmes, le retour sur l'investissement peut se faire par des biais de ce type – pour autant que les produits ne soient pas contrefaits eux-mêmes.

Cette nécessité particulière de la répression ressemble alors, très curieusement, à un miroir inversé de l'avènement des médias comme lieu d'expression de l'opinion publique.

Dans le dernier quart du XIXème siècle et le premier quart du XXème siècle, on assiste, en France, à un phénomène de « décompression », de libéralisation politique, qui va des lois sur la liberté de la presse à l'autorisation de syndication, d'association et d'affichage[1]. Ce phénomène s'accompagne de la disqualification de la *foule*, comme lieu de manifestation des opinions avec des corps, au profit d'une qualification particulière des *audiences*, anonymes mais quantifiables tout en étant libres de leur consommation intellectuelle.

Dans les premières années du XXIème siècle, on assiste, au contraire, à l'introduction de lois et de règlements de plus en plus répressifs, limitant toutes les formes d'anonymat des usagers d'Internet, voire des médias de façon générale, et encadrant précisément la licité des contenus diffusés ou partagés.

Serait-ce le signe indubitable d'un changement d'ère, ou bien les discours sur ce changement forment-ils un arrière plan qui justifie ces régressions ?

Espaces symboliques, marchands, politiques

La télévision, Internet, les « médias » relèvent d'une notion communément admise, celle d'industrie culturelle.

Cette notion est utilisée aussi bien par les acteurs économiques que par les instances de régulation ou les universitaires, voire même les journalistes. Or, elle relève au départ d'une construction conceptuelle particulière dont la visée était initialement *critique*.

Les industries culturelles ont été définies par l'Ecole de Francfort comme un espace marqué par le recouvrement de l'espace marchand et de l'espace de la production symbolique.

---

[1] Cf. Dominique Reynié *Le Triomphe de l'opinion publique* Odile Jacob, Paris 1997

Cette définition repose sur la prise en compte des liens et des séparations entre les espaces de production de biens (l'économie), les espaces de régulation (le politique) et les espaces de production symbolique, que nous appelons ici, dans un sens extensif, les « médias ».

La fortune de l'expression « industrie culturelle », assez curieusement, trahit donc l'intention de ses auteurs : vidée de ses connotations critiques, elle consacre l'association d'espaces de nature et de ressources éthiques totalement différents.

Ce changement de statut montre peut-être la force opérationnelle et descriptive de cette notion. Permet-elle également de rendre compte des changements qui seraient liés à la convergence, au-delà de la reprise convenue de ces simples mots par les acteurs du marché ?

En s'appuyant sur les études économiques et sociales menées sous sa direction, tout en considérant la façon dont les acteurs du marché rendaient compte de leur activité, Jürgen Habermas en a régulièrement repris les termes afin, notamment, de pouvoir rendre compte des crises de régulation de notre société à partir de ses systèmes de fonctionnement normatif.

Cette approche nous intéresse donc particulièrement d'un point de vue méthodologique. Elle implique cependant d'associer deux catégories conceptuelles différentes : celles qui relèvent de la structure d'un système, qui permettent sa description, et celles qui relèvent du « monde vécu » [1], de l'intégration individuelle des normes. Cette prise en compte, dans une perspective systémique, des aspects d'intégration de l'offre par les usagers, nous permettra de disposer d'une définition cohérente de « l'espace social », entendu donc comme espace d'intégration des normes, de consommation et de rétroaction discursive.

Il demeure que l'économie, le droit et les « usages » semblent relever d'espaces de nature notablement différents : si l'on peut facilement admettre que la fabrication du droit, les instances de régulation et les entreprises relèvent d'espaces de même nature (nous pourrions les appeler « les acteurs » s'il s'agissait d'énoncer les contractants d'un acte notarié), la réception est couramment entendue comme relevant d'un espace totalement distinct. L'analyse des questions symboliques s'inscrit elle-même dans une tradition philosophique où la corrélation entre usage social et considération esthétique est problématique en elle-même : cette corrélation renvoie par exemple à la notion de distinction qui s'opposerait à une valeur intrinsèque des objets artistiques. Or, la notion d'industrie culturelle associe précisément masse et objet esthétique.

---

[1] « Système et monde vécu » dans *Raison et légitimité* pp. 11 à 20 (1973).

Comment donc parvenir à lier questions de structure et questions d'intégration individuelle, pour parvenir à rendre compte de phénomènes de convergences qui prolongent directement les particularités initiales des « industries culturelles » ?

Nous proposons de reprendre les arguments d'Habermas, quand il rappelle que, si la structure est toujours descriptible et objectivable, c'est parce qu'elle est elle-même le produit de l'activité d'acteurs rationnels, au sens de prétention discursive à la validité. L'intégration des normes est d'autre part, en soi, le produit de ces structures, par le biais de l'ensemble des *procédures d'apprentissage*. Celles-ci sont précisément limitées par la capacité d'apprentissage qu'admettent les institutions, et qui détermine la capacité d'évolution du système.

La prise en compte de cette capacité d'évolution est très importante, puisqu'elle nous permet de poser l'hypothèse que les questions de convergence, ou du moins leur volet réglementaire et discursif, seraient une réponse à une crise du *système* due à des phénomènes internes.

Les possibilités d'évolution d'un système peuvent être formalisées en interrogeant son système d'organisation :

Ainsi, est-ce que le *principe d'organisation de la société*

- Admet la distinction entre
  - *questions pratiques ;*
  - *questions théoriques ;*
- Autorise le passage entre
  - *apprentissage pré-scientifique, non-réflexif ;*
  - *apprentissage réflexif ;*

Le système a pour limites et champ d'action la « nature » externe, l'environnement, transformé par des instruments techniques[1], et la nature interne, la population, « régulée » au

[1] Qu'Habermas distingue radicalement de tout usage d'un outil par un animal par exemple, la technologie humaine étant la seule à être basée sur des *énoncés susceptibles de vérité. Op. cit.* p. 22.

Il souligne également qu'une limite de l'exploitation de l'environnement réside dans la chaleur ainsi libérée par une consommation croissante d'énergie, avec à la longue, comme conséquence, un « réchauffement général ». La croissance humaine a donc pour limite la capacité d'absorption de l'environnement (p .65).

moyen de structures normatives. L'effet de cette régulation est appelé « loyauté des masses »[1].

Le système politique, qui se veut une différenciation dans un système social de la fonction de régulation, occupe donc une *position dominante* par rapport au *système culturel* et au *système économique*. L'évolution sociale entraîne une autonomie croissante du système politique.

La vie culturelle obéirait également à ce principe d'autonomisation, en plusieurs étapes caractéristiques, dont la « convergence » pourrait être l'ultime évolution[2] :

- *Extension du domaine du profane par rapport à la sphère du sacré*
- Les *images du monde* cessent de relever d'un système cosmologique pour relever d'un *système moral pur*
- Apparition de principes à la fois *universalistes et individualistes* transformant la cohérence interne des « systèmes tribaux » initiaux[3]
- *Réflexivité croissante du mode de croyance :*
  - *Mythe*
  - *Doctrine*
  - *Religion révélée*
  - *Religion rationnelle*
  - *Idéologie*

Néanmoins, Habermas souligne que le développement normatif et le développement économique ne sont pas forcément synchrones, en particulier dans les pays ayant été colonisés :

> *Les structures normatives peuvent être bouleversées de façon immédiate par des dissonances cognitives entre un savoir profane élargi par le développement des forces productives et les dogmes d'images du monde reçues de la tradition.*

Il revient sur cet aspect à la suite des attentats du 11 septembre 2001[4] :

---

[1] Les masses ont à ce titre un double statut, « environnemental » et en même temps au cœur du système.

[2] *Op. cit.* p. 25

[3] Ce qui nous semble similaire à l'évolution du « village tribal » au « village global » de Mc Luhan.

[4] « L'avenir de la nature humaine » *op. cit*. p. 149

> *Ce qui frappe immédiatement c'est la non-contemporanéité des mobiles et des moyens. Elle est le reflet de cet autre décalage temporel entre culture et société (...) dès l'instant où une modernisation accélérée a profondément porté atteinte à leurs racines. Ce qui, chez nous, (...) a tout de même pu être éprouvé comme un processus de destruction* créatrice*, n'a laissé entrevoir dans ces pays aucune compensation tangible pour les peines causées par le déclin des formes de vie traditionnelles.*

L'évolution des institutions encadrant le « savoir » renverrait, en effet, à une « sécularisation » de la pensée. Or, elle est toujours en elle-même issue d'un processus de crise, encore inachevé. La « convergence » se situe-t-elle dans le prolongement de ce processus[1], ou la réglementation qui l'encadre marque-t-elle, au contraire, une régression qui verrait la fin de ces *processus de destruction créateurs* ?

Phases

Nous nous situons alors dans l'idée d'une évolution humaine marquée par un passage entre des « ères » différentes, correspondant à la fois à des changements techniques, à des changements politiques et des changements des modes d'échange marchand et d'évaluation de la pensée, dont nous examinerons plusieurs occurrences.

Habermas propose, dans cette perspective, une distinction classique entre trois grandes phases, en précisant des sous-évolutions[2] :

- Primitive : déterminées par le système de parenté ; pas de différentiation entre *intégration sociale* et *intégration du système* ; crises d'identité, déclenchées de l'extérieur
- Civilisée (société de classe)
  - Traditionnelle : *domination politique de classes* (puissance publique et classes socio-économiques) ; différenciation fonctionnelle entre *intégration sociale* et *intégration du système* ; crises d'identité à l'intérieur même de la société
  - Moderne
    - Capitaliste

[1] Imaginons que la fin du droit d'auteur ou la multiplication des liens hypertextes correspondent à un niveau supérieur de réflexivité et de « sécularisation », par exemple.

[2] Voir schémas p. 32 & p. 41, *op. cit.*

- Capitalisme libéral : *domination de classes non politiques* (travail salarié et capital) ; *intégration sociale* et *intégration du système* sont assurées et prises en charge par le système économique ; « crise du système »
- Capitalisme organisé

▪ Postcapitaliste[1]

- Postmoderne

À l'inverse de la dimension totalisante des systèmes de la parenté dans une *société primitive*, une *société de classe* se caractérise par l'existence de tensions particulières. La répartition privée et inégale des moyens de production menace, à terme, la stabilité sociale, en introduisant des oppositions d'intérêt. La morale doit donc être « médiatisée » : les idéologies remplissent une fonction de légitimation qui doit concourir à maintenir cette stabilité. La crise des intellectuels en France renvoie sans doute aussi au fait qu'ils ne jouent plus ce rôle.

La société capitaliste doit parvenir à gérer plusieurs paradoxes :

- Élever le niveau réflexif de la population, parallèlement aux innovations techniques permises par cette réflexivité, entraîne la contestation de l'inégalité de répartition des biens (*prétentions à la validité élevées par le système de normes et de justifications qui ne peuvent admettre directement l'exploitation* VS *règle de l'appropriation privilégiée de la richesse socialement produite*). La participation des citoyens, avec, en contrepoint, une plus grande autonomisation de l'administration (de façon à ce que cette participation n'ait pas d'incidence), permet, en partie, de résoudre cette contradiction. Elle a néanmoins pour conséquence une dépolitisation qui repose le problème de la légitimation du système.
- Une crise du système de régulation à laquelle il est répondu par une répression accrue entraîne également une crise de légitimité.

Il s'ensuivrait donc une évolution vers le capitalisme libéral, où l'essentiel des processus de régulation repose sur le marché et les échanges, l'État se limitant à sa dimension fiscale et au

[1] Sociétés de socialisme d'État où les moyens de production sont contrôlés par une élite administrative ; seule la Chine répondrait sans doute encore à cette définition.

maintien des cadres d'échange et de production. Il va ainsi intervenir dans les processus de marché, voire s'y substituer, à chaque fois que cela permet d'améliorer *les conditions d'exploitation du capital accumulé en excédent*[1]. Cette action se situe principalement au niveau des infrastructures et dans l'amortissement par l'aide sociale des effets sociaux qui découlent de la production privée (assurance chômage par exemple). Elle s'appuie sur la redistribution des budgets issus de la fiscalité. Elle doit également contribuer au financement et à la régulation du système socio-culturel, de façon à ce que celui-ci fournisse ou fasse naître « la quantité nécessaire de sens pour motiver l'action », et la « quantité nécessaire de motivation généralisée »[2].

Présenter ces différents espaces dans un schéma constitue une opération assez délicate : leur réunion correspond à un objectif de méthode en permettant de visualiser nos définitions initiales. Un tel schéma peut-il, par exemple, permettre de rendre compte des stratégies de grands groupes de médias ? Ceux-ci vont, alternativement ou suivant leurs possibilités tactiques, investir les domaines politiques en fonction de l'ouverture ou de la fermeture des marchés et des financements. Ils vont investir les domaines de la distribution de marchandises pour augmenter leurs bénéfices par la vente de produits dérivés. Les jeux de concurrence interne (acquisition et distribution des catalogues de droits audiovisuels) n'apparaissent, par contre, pas directement dans le schéma : le marché des biens symboliques est vu ici, du point de vue de l'usage, en tant que consommation principalement gratuite. En effet, beaucoup de téléspectateurs semblent croire encore en la gratuité de la télévision, voire « mettent en pratique » cette gratuité de façon illégale, qu'il s'agisse de ne pas payer la redevance, de mettre un « cavalier » pirate dans un répartiteur du câble, ou de télécharger illégalement des fichiers vidéo sur un réseau de pair à pair.

Or, c'est bien la lutte des acteurs du marché, contre cette propension à l'usage gratuit des contenus dématérialisés, qui nous semble motiver les stratégies économiques, les choix technologiques, les pressions réglementaires et les évolutions légales dont nous souhaitons rendre compte.

---

[1] *Ibidem* p. 56

[2] *Ibidem* p. 75

Déterminantes prépolitiques du système

Marchand(s)	Politique(s)	Symbolique(s)
Système économique entreprise	Système politico-administratif État	Système socio-culturel Usage des médias
Institutions économiques (rapports de production)	*Institutions politiques (régulation)*	*Système des statuts* *Formes de vie subculturelles (socialisation)*
Incitations fiscales **Opérations de régulation** ←		→ **Prestations de l'État** **Encadrement juridique de la vie privée**
Marge économique, retour financier, rentabilité	Redistribution des prélèvements Autorisation d'exercice de l'activité	Accès à la consommation
Production de biens	Validation de normes & de positions	Usages sociaux
Prélèvement fiscal → **Loyauté des médias**		← **Prélèvement fiscal** **Loyauté des masses**
Répartition de la puissance économique (et de la violence structurelle) ; *Forces productives disponibles*	*Répartition de la puissance légitime (et de la violence structurelle) ;* *Rationalité disponible dans l'organisation*	*Répartition des compensations et des pouvoirs disponibles de façon privée ;* *Consommation*

D'Après J. Habermas, Raison et Légitimité p.17 et 19, référant lui-même à C. Offe *Krise und management* dans Janicke, *Hershaft und Krise Opladehn* 1973 p. 197.
Habermas précise ce qu'il entend par système socio-culturel: « à la fois la tradition culturelle (les systèmes culturels de valeur) et les institutions qui confèrent une valeur normative à ces traditions dans les processus de socialisation et de professionnalisation ». Nous avons, pour notre part, agrégé cette définition avec la notion de média dans un usage co-extensif du terme. Il va de soi qu'une Télévision est aussi une entreprise, voire dans certains cas, une institution de l'Etat : le tableau permettra justement de préciser ces positions. Nous avons replacé en italique les autres définitions données par Habermas des *structures normatives* et des *catégories de substrat* de chacun des sous-systèmes.

Le régime de la gratuité

Dans cette perspective, la télévision apparaît relever essentiellement du régime de la gratuité. Cette gratuité est relative, le budget des chaînes publiques est alimenté par des taxes parafiscales ou des contributions gouvernementales et par la publicité. Par le biais des systèmes d'aide à la création, le budget des chaînes privées est également alimenté, en partie, par l'État, puisque celui-ci prend à sa charge une part des coûts. Le capital nécessaire à l'activité marchande est donc tributaire de décisions relevant de l'espace politique.

Les processus de vente induits par les différentes formes de publicité sont indirects, et ils sont, en même temps, un moyen de proposer des spectacles gratuits : spots publicitaires, invités d'émissions assurant la promotion de leurs contributions en offrant leur performance à l'antenne, etc.

La réversibilité de prestations symboliques

Le principe de la vente d'espaces publicitaires repose lui-même sur un ensemble de croyances fortes en la réversibilité de prestations symboliques en prestations marchandes. Les publicitaires doivent convaincre les annonceurs que leurs spots contribuent à vendre leurs produits. Les acteurs du marché, dans leur ensemble, doivent adhérer au principe de mesure d'audience, pourtant évolutif et directement lié aux positions des différentes chaînes sur le marché.

La dimension stratégique ne repose donc pas sur le contrôle de la production, mais sur la maîtrise des moyens qui assurent la réversion de l'offre symbolique en demande marchande.

La notion de « produit dérivé » correspond à cette réversion, au point de constituer le modèle économique des nouveaux médias.

Les concepteurs du jeu en ligne « Ryzom »[1] entendaient, par exemple, réaliser essentiellement leur marge financière à partir de la diffusion de produits reprenant des caractères de l'univers graphique mis en place pour le jeu. Si l'abonnement payé par les joueurs devait assurer à lui seul la rentabilité de l'entreprise, les tarifs risqueraient d'être prohibitifs. En effet, l'utilisation

---

[1] The Saga of Ryzom, « Monde persistant » (jeu de rôle en ligne) développé par la société franco-anglaise Nevrax fondée à Paris en 2000, puis diffusé dans le cadre d'un partenariat avec Wanadoo, disponible depuis septembre 2004 : http://www.ryzom.fr .

On emploi le terme de « MMOG » *massive multi-players online games* pour désigner ce type de plate-forme de jeu.

du jeu lui-même implique des coûts très élevés (disponibilité des serveurs, bande passante utilisée) : la vente de produits est beaucoup plus rentable. Le jeu assure simplement leur exposition symbolique.

Un certain nombre de moyens industriels, qui pourraient sembler stratégiques, sont également placés dans ce régime de gratuité. Chacun peut avoir accès au code source du programme et proposer ses améliorations : l'entreprise peut ainsi les réutiliser à son profit ; ce régime lui permet également de bénéficier de subventions au titre de la promotion des technologies informatiques ouvertes. En outre, la possibilité de « jouer » avec les techniques d'un jeu (comprendre et modifier certains aspects du programme) fait expressément partie de son attrait.

Dans les cas où cette « rematérialisation » d'un monde virtuel n'est pas prévue initialement, des usagers peuvent la prendre en charge. Deux artistes suédois, Jakob Senneby et Simon Goldin ont ainsi mis en place le projet *Objects of virtual desire*[1] à partir du *monde en ligne* Second Life[2], une plate-forme précisément entièrement gérée par les joueurs, tant pour la programmation que pour le *design* virtuel. Les deux artistes se sont donc lancés dans la fabrication artisanale d'objets dessinés, dans ce monde virtuel, par ses usagers, ceux-ci pouvant dès lors posséder dans le monde matériel des objets virtuels auxquels ils s'étaient sentimentalement attachés[3].

La prostitution figurerait également parmi les activités virtuelles[4] possibles dans ce jeu, les échanges s'effectuant alors suivant le principe classique d'une *messagerie rose*. Un site personnel, « SL Escort », est même consacré à l'évaluation de la qualité des différents services offerts[5].

---

[1] Les artistes présentent leur démarche et leurs créations sur leur site : http://www.objectsofvirtualdesire.com .

[2] Jeu en ligne de simulation et de socialisation « massivement multijoueur » développé par Linden Lab : Près de 170000 personnes feraient partie de cette communauté virtuelle, dont l'économie est organisée autour d'une monnaie virtuelle, le « Linden Dollar », convertible en dollars américains. L'économie du jeu, suivant son éditeur, générerait 500000 dollars américains chaque semaine. Les investissements personnels dans le jeu, comme le fait de commander à un prestataire graphique le *design* de son *avatar*, impliquent cependant une mise de fond concrète. Site de l'éditeur : http://secondlife.com/ .

[3] Libération du 9 décembre 2005 « où est la valeur d'un bien virtuel » par Marie Lechner.

[4] « La prostitution virtuelle s'invite dans le jeu en ligne Second Life » Le Monde du 1er mai 2006, Alexandre Piquard.

[5] Il s'agissait au départ du *blog* d'un utilisateur du jeu, « Jeroen De Groot » : http://sl-escorts.com/ .

Second Life, objets virtuels d'une économie concrète

Maisons et terrains à vendre, images provenant du site officiel de l'éditeur du jeu

Prostituée, capture publiée sur le site du Monde, dossier sur le « sexe virtuel », mai 2006

Bijou, 'objets matérialisables' présentés sur le site « objects of virtual desire »

Les comptes virtuels correspondent également à une forme de capitalisation de la confiance des partenaires d'achat et de vente, à la base du principe et du succès du site de vente entre particuliers E-bay ; or ils ont pu être piratés, ce qui renvoie donc aussi à une forme de rematérialisation d'un univers virtuel. Les vendeurs et les acheteurs se notent en effet mutuellement, pour que leur fiabilité puisse être comparée, cette comparaison servant de base de confiance aux transactions suivantes. La rematérialisation se faisait en utilisant la crédibilité de ces annonceurs pour réaliser de fausses ventes ou de faux achats.

Les comptes étaient piratés sur le principe du *phishing*, un abus de confiance consistant par courrier électronique à demander à un utilisateur de se connecter sur un site[1]. Il est alors redirigé vers un site pastiche, où on lui demande ses codes d'accès, ceux-ci étant enregistrés et utilisés frauduleusement ensuite. Ils étaient revendus par le bais d'un site immatriculé en Russie par l'intermédiaire de sociétés américaines et canadiennes, eBayseller.cc. E-bays a obtenu la fermeture de ce site à la suite de la révélation de l'escroquerie sur le site d'une société de sécurité informatique, Sunbelt[2].

L'accès au capital

L'espace politique est le lieu de contrôle de l'accès aux capitaux. Berlusconi s'est retrouvé en difficulté financière à la chute de Craxi, la perte de son appui politique entraînant un repli des banques. Il a pu utiliser son impact symbolique et économique pour prendre directement ce contrôle et assurer la pérennité de son entreprise[3].

Vivendi[4] semble suivre une trajectoire inverse. Les capitaux provenaient d'espaces marchands octroyés par l'État : concessions auprès des collectivités (CGE), concession de télévision (Canal Plus). Havas était également contrôlé par l'État[5]. L'accès au financement public avait également pour corollaire une obligation d'investissement dans l'audiovisuel.

---

[1] Un *spyware* (un fichier caché espion) peut permettre d'obtenir ces informations initiales.

[2] « Ebay obtient la fermeture d'eBayseller.cc » Pc Impact 28 mars 2006, Marc Rees, dépêche reprise sur Yahoo ! Actualité.

[3] Analyse proposée par Pierre Musso « Silvio Berlusconi et les médias italiens » groupe de travail Temps Média et Société, Centre d'histoire de l'Europe du XXème siècle, IEP Paris, le 8 mars 2002, développée dans Pierre Musso *Berlusconi, le nouveau prince*, éditions de l'Aube, coll. Monde en cours, Paris 2004.

[4] La société a également bénéficié d'un crédit d'impôts négocié contre le maintien de son siège social à Paris.

[5] Jusqu'en 1992.

Or, ces ressources semblent avoir été soldées au profit d'un déplacement de l'activité vers les contenus. Cependant, ceux-ci ne constituent pas forcément en eux-mêmes une ressource marchande fiable, comme on peut l'observer avec les problèmes de piratage des contenus multimédias. La valeur patrimoniale des catalogues de droits audiovisuels est-elle encore suffisante pour constituer un *capital* ? Les stratégies de développement des grands groupes audiovisuels ont essentiellement résidé en la constitution ou la prise de contrôle de catalogues, de façon à ne pas dépendre de leurs concurrents ou à pouvoir leur imposer leurs conditions. Le lobbying très intense en faveur d'un durcissement des lois réprimant le piratage montre, si besoin est, l'importance économique de ces catalogues pour les groupes médias. Les ressources du secteur de l'édition musicale, très éprouvé suivant les propos de ses dirigeants, dépendent du même type de gestion.

L'évolution du marché des *DVD* montre également que, si les consommateurs n'investissent pas facilement dans une offre de contenus immatériels, ils peuvent consacrer un budget important à l'acquisition des supports matériels de ces contenus : l'emballage, certainement plus important que le contenu, permet d'afficher des prétentions statutaires et de montrer sa propre compétence en matière de recherche rare, du fait de la multiplication des éditions différentes (« séries limitées », etc.). Les bonus seront assez différents suivant qu'il s'agisse d'éditions haut de gamme ou bas de gamme : les *DVD* achetés avec Le Monde du samedi n'ont ainsi que très peu de bonus, tout en ne présentant que le choix de la langue originale.

Il reste cependant à déterminer si les problèmes de piratage sont simplement transitoires, en attendant l'adaptation des lois et des techniques, ou s'ils sont, eux-mêmes, un symptôme d'un phénomène plus important. Ce phénomène s'inscrit-il dans le sens d'une évolution « post-moderne » ? Nous proposons de le dénommer pour l'instant, à titre d'hypothèse, comme relevant d'une « plus grande séparation des espaces symboliques et marchands ». Ainsi, le développement d'espaces de production amateurs tendrait à inscrire de plus en plus la production symbolique dans le registre de la gratuité. L'échec des premiers investisseurs sur Internet tenait déjà à la surévaluation des sommes que les consommateurs étaient prêts à dépenser, d'autant qu'il existait, comme actuellement dans le cas du piratage, comparé au téléchargement légal, des offres gratuites souvent plus performantes que les offres payantes.

Cette hypothèse nous semble d'autant plus séduisante qu'elle permet d'établir des liens entre l'évolution technique, les questions de consommation des médias et les questions de légitimation des contenus et le mode de production de ces contenus. Ainsi, suivant Mc Luhan, les érudits médiévaux pouvaient annoter en marge les ouvrages qu'ils étudiaient, leurs

commentaires s'incorporant au texte[1]. La diffusion des ouvrages imprimés et reliés a alors, notamment, pour conséquence une individuation et une reconnaissance particulière des auteurs, et une individuation des commentaires, qui finissent même par constituer un marché (celui des essais par exemple). Les phénomènes actuels de diffusion gratuite et de multiplication des citations croisées dans de nombreux domaines de la création pourraient confirmer son hypothèse prospective : la dématérialisation des contenus facilite leur appropriation, et la notion même d'auteur pourrait devenir caduque, si elle n'était plus déterminée par le marché ou surévaluée par celui-ci.

Néanmoins, n'oublions pas que des offres, apparemment ou même réellement gratuites, peuvent relever d'un principe de *dumping* : le secteur informatique offre plusieurs exemples de ce type. La société Microsoft a fait disparaître un grand nombre de concurrents potentiels en proposant un produit gratuit et en réduisant ainsi à néant des marchés sur lesquels elle ne parvenait pas à s'imposer[2]. La vente de licences de système d'exploitation lui a assuré une rente de situation qui lui a également permis de ne pas trop souffrir d'un piratage endémique des logiciels bureautiques, fatal à ses concurrents[3].

Cet argument est également repris par les sociétés d'auteurs[4], que ce soit dans l'édition multimédia, dans l'édition audiovisuelle, ou dans l'édition musicale : le piratage affaiblirait les sociétés indépendantes, plus fragiles que celles qui sont adossées à un grand groupe ; il contribuerait donc à un nivellement de la production au profit des groupes les plus industrialisés, sous-entendu, les moins créatifs.

La question de la propriété intellectuelle recoupe, en effet, plusieurs domaines, assez différents : propriété de brevets ou de marques, notion d'auteur littéraire, mais c'est bien l'ensemble de ces statuts qui serait remis en cause par Internet.

---

[1] Ce qui préfigurerait le principe des liens hypertextes : voir Louis Holtz « De la glose à l'hypertexte dans le livre médiéval », dans Compte-rendu de la réunion du 9 septembre 1996 du séminaire écrit informatisé et systèmes d'information. Société Française de bibliologie, Paris 1996.

[2] Le cas le plus célèbre est, bien entendu, celui qui a opposé Microsoft à Netscape. En proposant gratuitement Internet Explorer, Microsoft a asséché la quasi-totalité des ressources de son concurrent.

[3] Voir Philippe Breton « L'informatique, quarante ans de succès paradoxaux » dans *L'Emprise de l'informatique* Culture Technique n°21, CRCT, Neuilly-sur-seine 1990 ; Philippe Breton, Eric Heilmann, Isabelle Bertrand : « Entre l'ordre et le désordre, les valeurs paradoxales du monde de l'informatique », Réseaux n°48, Paris, Juillet - Août 1991.

[4] Par exemple, les argumentaires de la Sacem et de la Sacd.

Le statut de l'œuvre

La numérisation assure peut-être la parfaite reproductibilité technique de l'œuvre dans laquelle Walter Benjamin voyait la fin de son *aura* spécifique[1].

L'œuvre d'art a gagné, à la renaissance, un nouveau statut, la peinture se détachant de son support physique, mur ou paroi de la fresque, pour devenir tableau encadré. Au même moment, les textes s'autonomisent de leur support en devenant mécaniquement reproductibles.

Entre le XVIème et le XVIIème siècle, cette évolution du statut des images s'oppose à la fonction mystique de l'icône, le tableau marquant l'autonomie de l'image comme signifiant[2], de la même façon que le texte peut être assumé comme parole profane[3]. L'univers du langage se retrouve séparé de celui de la nature, ce qui coïncide avec l'émergence de la pensée scientifique moderne, permettant l'application de la science au langage lui-même, suivant l'analyse de Michel Foucault[4].

Ce mouvement aboutit à l'intégration des tableaux et des livres dans des institutions spécifiques de conservation qui garantissent leur valeur et qui contribuent à régir leur circulation. Les tableaux sont intégrés dans des musées qui fondent leur valeur et qui régissent la circulation des reproductions photographiques des œuvres. Les livres sont intégrés dans des bibliothèques nationales et des dépôts légaux, leur circulation, contrôlée par l'État, est régie par le droit des auteurs lui-même garanti par le stockage physique d'exemplaires de référence.

---

[1] Walter Benjamin, « L'œuvre d'art à l'ère de sa reproductivité technique », 1936, dans *L'Homme, le langage et la culture : essais* Médiation, Denoël – Gonthier, Paris 1974.

[2] Cf. Victor Stoïchita *L'Instauration du Tableau* Titre Courant, Droz, Genève 1999, thèse d'État soutenue en Sorbonne en 1989.

Cité dans Olivier Bomsel et Jean Charles Blais « L'apparition du DVD » séminaire Histoire et économie de la numérisation, Cerna - École des Mines / EHESS février 2004, séance du 11 février 2004 « Quand et comment l'Art devient-il un contenu » : http://www.cerna.ensmp.fr/Documents/OB-ApparitionDVD.pdf .

[3] Nous reprenons cet argumentaire du point de vue de l'évolution des espaces plastiques et des conditions réglementaires et financières de leur diffusion page 255.

[4] Michel Foucault *Les Mots et les choses* Gallimard, Paris 1966.

Convergence et divergence du cadre

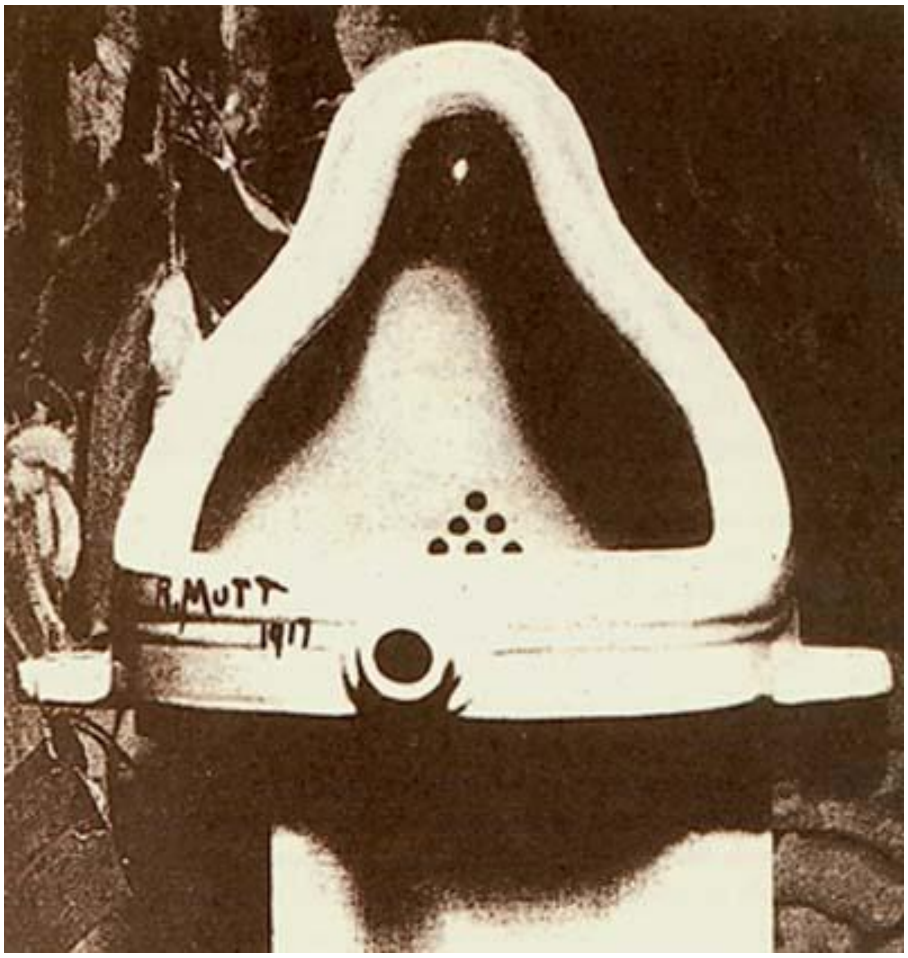
Le cabinet d'amateur de Cornelis Vander Geest, Guillaume van Hecht, Rubenhuis, Anvers, 1628.

Installation murale de Ben, Belleville, Paris, 1993.

Œuvre et reproduction

La Fontaine de Duchamp

Dans le cas de l'œuvre d'art, celle-ci peut être réduite à sa photographie, autorisant le *ready-made*, ce que démontre Duchamp en faisant photographier la *fountain* signée R. Mutt par Alfred Stieglitz, en 1917, dans la galerie 291 à New York. Celle-ci avait été justement refusée une première fois, en tant qu'objet non-original, par la Society of Independant Artists pour son exposition au Grand Central Palace du 10 avril 1917.



Fountain, Alfred Stieglitz, 1917

Le geste artistique de Duchamp prend un sens sensiblement différent suivant que l'on considère que c'est l'institution muséale, alliée à celle du marché des galeries, qui donne son statut à l'œuvre en sacralisant l'objet original, ou suivant que l'on considère que c'est la circulation de sa reproduction qui détermine ce statut. Dans le cas de la Fontaine, la reproduction a précédé le musée.

Les musées continuent pourtant de poursuivre ceux qui brisent ces fontaines : Pierre Pinoncelli en a fait l'expérience, après avoir uriné dans une version réalisée par Duchamp en 1964, et acquise par l'État français en 1986, puis l'avoir brisée d'un coup de marteau, le 24 août 1993, lors de l'exposition inaugurale du Carré des Arts de Nîmes, « L'Objet dans l'art au XXième siècle ». Le 26 août 1993, devant le tribunal correctionnel de Nîmes, il argumentera sur le fait que « l'urine fait partie de l'œuvre et en est l'une des composantes », et qu'il aurait donc *contribué à terminer l'œuvre et à lui donner sa pleine qualification*. Il sera néanmoins condamné, pour « dégradation volontaire d'un monument ou objet d'utilité publique », à un mois d'emprisonnement avec sursis. Le 20 novembre 1998, il sera condamné, par le tribunal de grande instance de Tarascon, à rembourser à l'assureur le prix de restauration de l'œuvre, 16336 FF et une somme de 270000 FF correspondant à sa perte de valeur : le conservateur du Musée national d'art moderne précisa, en effet, que « l'urinoir avait perdu son statut de ready-made neuf et intact, sans passé, sans usure », lors de l'audience du 5 septembre 1995. Pinoncelli a essayé, sans succès, de faire valoir son propre droit moral et financier sur l'œuvre créée par le *happening* dont il est l'auteur.

Pinoncelli pouvait pourtant s'appuyer sur la jurisprudence liée à l'œuvre de Christo : Christo et Jeanne-Claude sont propriétaires des droits des images du Pont Neuf resté pendant 14 jours emballé, dans une toile tissée, installée sous leur direction, à partir du 22 septembre 1985. Un jugement du 13 mars 1986 a ainsi interdit la diffusion d'un court-métrage relatant cet événement, en s'appuyant sur la loi du 11 mars 1957 relative au droit d'auteur[1]. Le jugement a, en effet, reconnu que leur intervention constituait « une œuvre originale mettant en relief la pureté des lignes du pont et de ses lampadaires au moyen d'une toile et de cordages », et, qu'en tant que telle « toute représentation ou reproduction intégrale, ou partielle, faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause, est illicite » (article L. 122-4), le film outrepassant la notion de courte citation, dans un but d'exemple, prévue dans l'article L-122-5 précisant les exceptions aux droits de reproduction.

Il demeure que leur intervention n'a pas entraîné directement de préjudices à leur support. À l'âge de 76 ans Pierre Pinoncelli a, par contre, récidivé contre la Fontaine le 4 janvier 2006,

[1] Voir le webzine Force Mental, n°16, hiver 2005, proposant différents exemples de (non) reconnaissance du statut d'œuvre d'art par une autorité légale, en partant de la taxation forfaitaire par les douanes américaines d'une œuvre de Brancusi en octobre 1926, Les Oiseaux dans l'espace, au motif qu'il s'agissait d'une pièce de métal manufacturée et non d'une œuvre d'art, décision suspendue en appel en octobre 1927 : http://www.clubmoral.com/forcemental/ .

« ébréchant à coups de marteau une œuvre de Marcel Duchamp installée au Centre Pompidou, dans le cadre de l'exposition Dada ». Il a alors été arrêté et placé en garde à vue, le service de communication du Centre précisant que « le dommage n'est pas irréparable », tout en annonçant que les responsables du centre portaient plainte pour dégradation[1]. Il sera condamné à une amende de 200 000 euros pour préjudice matériel, 3 mois de prison avec sursis et 2 ans de mise à l'épreuve. Il s'explique ainsi de son geste :

> *Dès la première fois que je l'ai vu, (sur un magazine), il y a plus de 40 ans, j'ai tout de suite su, qu'un jour, je ferai un acte sur cet "urinoir"... "L'urinoir" de Duchamp, pour moi, c'était "la grande baleine blanche" que je poursuivais - en rêve et dans les musées du monde - depuis des années. Oui, "l'urinoir" de Duchamp, j'étais son Capitaine Achab ... et il l'ignorait, le grand poisson en porcelaine blanche.*[2]

Lors de l'audience du 24 janvier 2006, il pointera la contradiction entre les deux jugements, qui reviendraient à reconnaître sa propre position de co-auteur. Il avait en effet adressé une lettre le 11 novembre 2005, au commissaire de l'exposition Dada, où il regrettait que la documentation ne fasse pas mention de son intervention précédente. Cette lettre débutait par ces mots : « L'institution – dont vous faites partie - représente à mes yeux le point extrême de l'imbécillité convulsive. »[3] Il entendait, par son geste, ramener l'œuvre à son état antérieur, celui de sa précédente intervention :

> *En 1993, avant mon coup de marteau, l'urinoir était évalué à 450 000 francs (70 000 euros). Après mon acte, on m'a dit qu'il avait perdu de sa valeur, qu'il était déprécié. Or maintenant, cette même œuvre est évaluée à 2,8 millions d'euros. Alors, de quelle dépréciation parle-t-on ?*

Les institutions dont le statut repose sur la conservation d'œuvre d'art, tout en leur conférant réciproquement le statut d'œuvre, défendent logiquement celles-ci, y compris quand elles prétendaient mettre ce système à jour. Ces œuvres n'en ont acquis qu'une plus grande valeur symbolique par cette position dans l'histoire de l'art. Ce système de réversibilité de la valeur garanti par l'institution en fait des objets patrimoniaux, qui plus est, des objets patrimoniaux d'État.

---

[1] « M. Pinoncelli et Duchamp : frappante charité » Le Monde du 7 janvier 2006, Harry Bellet.
Voir également le portrait qui lui est consacré dans Libération du 31 janvier « Ready mad » par Edouard Launet.

[2] Déclaration sur son site de soutien : http://membres.lycos.fr/pinoncelli/ .

[3] « La justice à dada sur l'urinoir de Duchamp » Libération du 25 janvier 2006, Edouard Launet.

Des œuvres audiovisuelles à la dématérialisation

Les films et les programmes audiovisuels vont progressivement intégrer le régime des livres et des tableaux. Le développement des cinémathèques, la redécouverte, la sauvegarde et la restauration des négatifs relèvent de ce principe. La télévision fonctionne néanmoins suivant un principe de circulation différent, fondé sur un flux irréversible : la diffusion fonctionne sur un impact mémoriel, et non par rapport à un original de référence. La notion même d'original n'existe pas dans les premiers temps de la télévision, dans le cas d'une émission diffusée en direct, sans enregistrement témoin. Le dépôt légal des programmes de télévision n'interviendra en France qu'à partir de 1994[1]. Des extraits numérisés d'émissions, choisies pour leur intérêt historique, sont disponibles en ligne depuis avril 2006[2].

Ce caractère évanescent rapproche les programmes audiovisuels des spectacles vivants et des projections qui ont pu les accompagner, qu'il s'agisse du théâtre d'ombre ou de la lanterne magique, bien que, dans ce dernier cas, il subsiste, comme au cinéma, la matérialité du support transparent.

La relation à l'œuvre et au programme, encore fortement collective, donc très déterminée institutionnellement dans le cas du cinéma, devient de plus en plus individualisée. La télévision passe ainsi du « télé-club » à l'écoute familiale, puis à un usage strictement individuel par la multiplication des récepteurs dans chaque pièce d'un domicile, jusqu'à sa démultiplication individuelle en s'intégrant aux téléphones portables personnels. Le contenu est de plus en plus immatériel, « programme » qui serait actualisé suivant des modalités de réception difficiles à anticiper, ce qui n'a pas manqué de poser des problèmes aux créateurs qui ont voulu investir ce moyen de retransmission : quelle sera la taille, la qualité de l'image finale et du son transmis ? Dans quelles conditions d'écoute se trouveront *le* ou *les* spectateurs ?

La dématérialisation permise par la numérisation s'intègrerait dans la continuité de ce processus, le contenu accédant ,en tant que tel, à une existence propre : il n'est plus seulement un reflet, il n'existe pas en dehors de ce reflet. L'œuvre ou le programme constituent un « contenu » inscrit dans un fichier numérique, indépendant du support. Un texte ou une image

---

[1] Nous abordons les conséquences spectatorielles de cette particularité et son renversement relatif p. 288, par rapport aux évolutions de la réglementation que ce déplacement entraîne.

[2] Extraits disponibles, pour certains gratuitement, depuis le site de l'Inathèque, composante de l'Institut National de l'Audiovisuel chargée de la conservation et de la mise en valeur des archives françaises de la télévision : http://www.ina.fr.

peuvent être reproduits sur écran ou sur papier, voire sur tissus ou en trois dimensions, à partir du même contenu informationnel.

Le contenu peut être démultiplié à l'infini sans la moindre altération ; il ne s'agit plus de copie ou de transcriptions, mais de multiplication d'items équivalents. Il n'y a pas d'autre cadre que le moyen technique final de visualisation. Les producteurs, pour éviter cette démultiplication d'un contenu sur la reproduction duquel ils attendent un retour financier, doivent trouver des moyens techniques artificiels d'altération du contenu, en cas de copie non autorisée par eux. Ils outrepassent alors les règles légales ou doivent obtenir la modification de celles-ci.

La notion d'original, sans doute inhérente à des logiques de prédominance de l'offre, perdrait toute pertinence ; un dépôt légal ou des formes d'archivages institutionnelles d'Internet n'en ont pas moins été proposées[1].

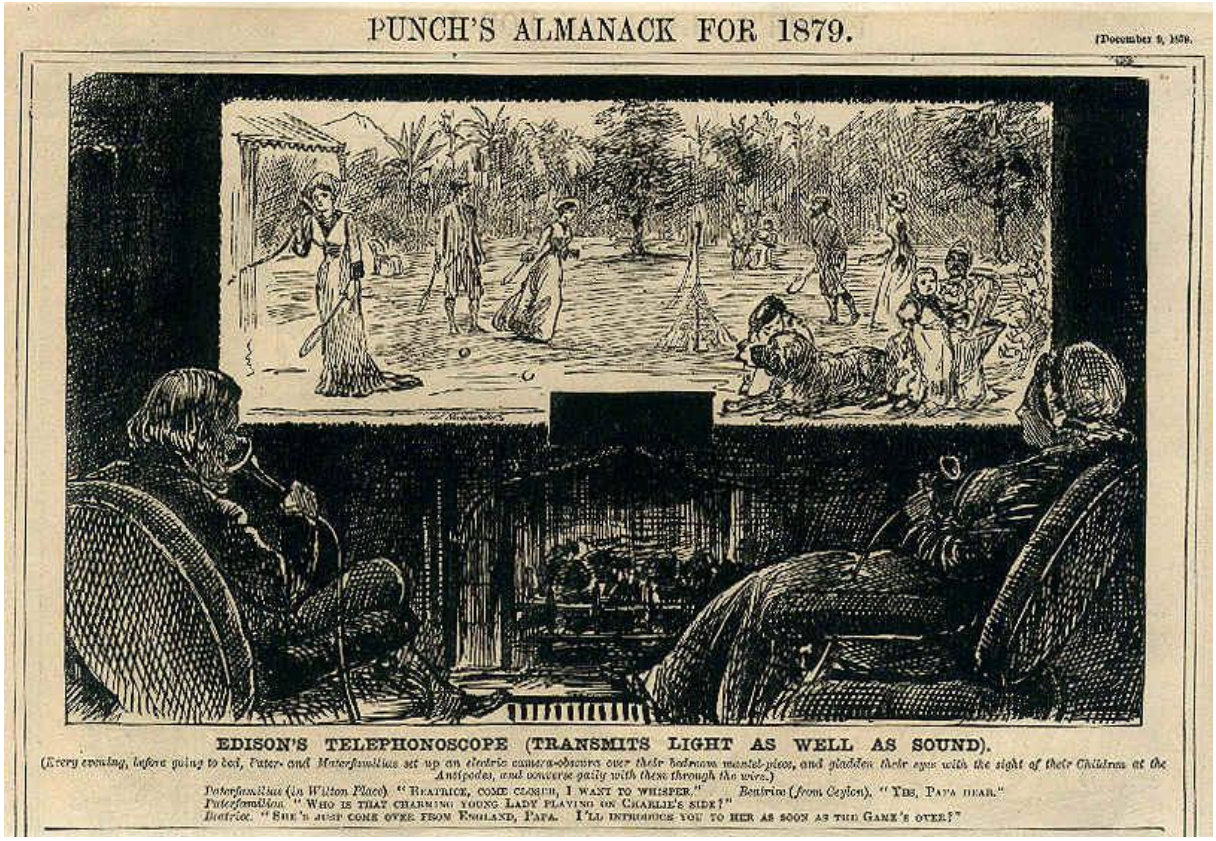
La divergence des médias

Cette dématérialisation est donc la conséquence directe de la convergence entre les différents moyens de transmission, permettant le stockage et la diffusion à distance d'un contenu indépendamment de son support. Nous avons cependant déjà noté que la séparation des fonctions entre médias et télécommunications est une question symbolique, une question d'usage, une question de réglementation et une question de marché, avant d'être une question technique.

Le courrier électronique permet, ainsi, aussi bien la diffusion de messages personnels que de lettres d'information. Les télécopies avaient déjà inauguré ce procédé. Le courrier postal peut de la même façon servir à transmettre des lettres d'information ou des publications. Tout un art du *mailing* consiste même à donner aux publicités, diffusées dans les boîtes aux lettres, l'apparence d'un courrier personnalisé. La radio a pu également servir à transmettre des télégrammes, adressés à leur destinataire sous forme écrite après avoir été captés par les services postaux, ou des messages personnels. Cette transmission peut se faire éventuellement à l'insu d'une autorité de contrôle, comme les célèbres messages adressés par la Résistance et retransmis par la BBC, devenus une topique de tous les films et téléfilms ou de tous les sketchs consacrés à cette période.

[1] C'est un des aspects de la loi DADVSI présentée au parlement en décembre 2005 et mars 2006, voir *infra* page 70.

Dans les essais d'anticipation sur les nouvelles technologies parus au XIXème siècle, les technologies à venir ont pu être décrites avec une acuité étonnante. Mais, curieusement, le marché et les usages qui ont été alors imaginés correspondent à des usages « réversibles », « convergents », associant média de masse et communication individuelle. La spécialisation du marché de « l'industrie culturelle » et la séparation de ces usages au XXème siècle n'auront-ils été qu'une parenthèse ?



Edison's telephonoscope, George du Maurier

Albert Robida imaginait ainsi, en 1882, dans son roman *Le Vingtième siècle* suivi de *La Vie électrique*, le développement du « téléphonoscope », un appareil permettant de voir à distance, un « perfectionnement suprême du téléphone », pouvant donner aussi bien la vision d'un interlocuteur privé que l'accès au théâtre chez soi. Lui-même s'inspirait, sans doute, d'un dessin de Du Maurier paru dans un supplément du Punch, à Londres en 1878[1]. Delavaud[2] montre que Robida anticipait la plupart des usages « convergents », visiophonie,

[1] Le 9 décembre 1878. Le « telephonoscope » annoncé par Edison serait fait plutôt une sorte de mégaphone.

[2] Cf. Gilles Delavaud « Visions de la télévision : le XXe siècle d'Albert Robida » dans les Dossiers de l'audiovisuel n°112 novembre-décembre 2003.

télésurveillance, téléachat, téléenseignement et télédiffusion. Un « programme universel » permettait au spectateur de faire son choix dans l'offre des différents théâtres et salles de spectacle.

Journal téléphonoscopique, Albert Robida

Le « théatrophone » apparaîtra réellement, se développant à partir de 1881 et se maintiendra ponctuellement jusqu'au début des années 30, où il sera définitivement supplanté par la radio[1]. Dans l'anticipation de Robida, celui-ci permet en retour aux spectateurs de faire parvenir le son de leurs applaudissements aux acteurs et à l'ensemble des autres spectateurs, formant un public constitué, ce qui ne sera pas le cas de la télévision, intransitive par définition.

Il imagine également tous les aspects de la diffusion de l'information, y compris l'implication des journalistes dans les évènements retransmis, quitte à être blessé sous les yeux des spectateurs, et à être, en retour, acclamé en héros.

[1] Le principe de câblo-diffusion a néanmoins été développé en URSS par souci de contrôle politique, voir notre tableau comparatif page 362.

Suivant l'analyse de Delavaud, la singularité de Robida tient donc, non seulement à ses prédictions visionnaires, mais à l'interrogation qu'il porte sur la spécificité des médias et les « jeux complexes d'interaction », de rapprochement, de différenciation entre les différents supports.

L'œuvre ou le texte

Pourtant, l'effet de désacralisation des produits symboliques, lié à leurs nouvelles formes de circulation, peut parfois être ironiquement loué par ceux qui ont pris position dans l'espace public contre toute fétichisation exagérée de la technologie.

Alain Finkielkraut[1] réfère ainsi à Barthes pour justifier cet usage particulier de l'écriture :

> *On a besoin d'Internet pour passer de l'œuvre à ce que l'on appelait, avec une subversive majuscule, dans les années soixante-dix, le Texte.*

À la disposition du lecteur, le texte devient, sur Internet, totalement réappropriable et recombinable, sans devoir obligatoirement référer à l'autorité de l'auteur et à son intentionnalité qui en détermineraient la lecture acceptable.

Finkielkraut fait alors implicitement référence aux deux textes de Roland Barthes et Michel Foucault, écrits à la fin des années 1960, « La Mort de l'auteur » et « Qu'est-ce qu'un auteur »[2], notamment en réaction aux excès d'un usage trop patrimonial de l'auteur.

Souvent considérés comme fondateurs d'une nouvelle approche de la littérature, ces textes proposent, en particulier, d'envisager l'auteur avant tout comme le sujet de l'énonciation construit par le texte. Cela implique aussi, Barthes le précisera, que l'auteur puisse être une construction nécessaire pour assurer le fonctionnement communicationnel de la littérature, y compris dans la forme de sanction institutionnelle positive qu'est le plaisir pris par le lecteur[3].

---

[1] Alain Finkielkraut, « Fatale liberté » dans *Internet, L'Inquiétante extase* de Alain Finkielkraut & Paul Soriano, Mille et une nuit, Fondation du 2 mars, Paris 2001

[2] Michel Foucault, « Qu'est-ce qu'un auteur ? », conférence donnée le 22 février 1969 à la Société française de Philosophie, Bulletin de la SFDP. Roland Barthes, « La mort de l'auteur », textes fragmentaires diffusés en 1968. Ces deux textes n'ont été réédités qu'à titre posthume : Barthes, *Le Bruissement de la langue*, en 1984 ; Foucault, *Dits et écrits*, 1994.

[3] Voir en particulier *Le Plaisir du texte*, 1973, pp. 45 et suivantes.

Barthes jouera lui-même délibérément avec les effets *d'autorité* de l'institution littéraire, par exemple dans *Roland Barthes par Roland Barthes*[1] où il pousse jusqu'au bout le principe de la collection du Seuil en se mettant en scène à travers une double instance d'énonciation.

L'Auteur, acteur

La sociologie a ensuite largement investi cette notion de posture autoriale, en particulier à partir des *Règles de l'Art* de Pierre Bourdieu en 1992. Jérôme Meizoz a notamment poursuivi cette voie en reliant poétique des œuvres et analyse du positionnement discursif des auteurs[2].

La question de la posture de l'auteur et des ambitions que cela sous-entend peut même devenir une problématique littéraire, par exemple dans le texte de David Lodge sur Henry James intitulé *L'Auteur L'auteur !*[3]

La télévision a sans doute contribué à construire et à maintenir des postures figées dans le champ du marketing littéraire en privilégiant la figure de l'auteur, par rapport au texte qui relève, par définition, d'un autre médium.

L'auteur devient synonyme d'une marque : pastichant quasiment Roland Barthes, Bourdieu s'amusera à analyser la posture de Philippe Sollers comme une simple construction marketing destinée à figurer « l'écrivain », sans que personne ne se soucie de savoir si cet auteur a effectivement écrit quoi que ce soit[4]. Il pourra représenter « l'écrivain » quand la nécessité s'en présentera dans n'importe quelle émission de télévision. Le texte de Bourdieu peut être vu comme une reprise au second degré de la position de Barthes sur Sollers[5] : il ne retient

---

[1] Roland Barthes : *Roland Barthes* Seuil, Paris 1975.

[2] Voir en particulier : Jérôme Meizoz, *L'Œil sociologue et la littérature,* Genève, Slatkine Erudition, 2004 ; *L'Âge du roman parlant*, Droz, Genève 2001 ; Pierre Bourdieu *Les Règles de l'art, genèse et structure du champ littéraire*, Seuil, Paris 1992 ; « Le Champ littéraire » *Actes de la recherche en sciences sociales* n°89, 1991 ; « Le Marché des biens symboliques » *L'Année sociologique* vol. 22, 1971.

[3] David Lodge *L'Auteur. L'auteur !* Rivages, Paris 2005 (*Author, author* Secker & Warburg, Londres 2004).

[4] « Sollers tel quel » texte publié initialement dans Libération du 27 janvier 1995, à la suite d'un article de Philippe Sollers « Balladur tel quel » paru dans l'Express du 12 janvier 1995. Repris dans *Contre-feux*, Liber - Raison d'agir, Paris 1998, pp. 18 à 20.

On peut trouver la réponse de Sollers dans *L'Année du tigre* Seuil, 1999 : *Dire que Bourdieu a pu écrire ceci : « Mitterrand pourrait avoir été à la politique, et plus précisément au socialisme, ce que Sollers a été à la littérature. » Bouffée délirante, discours stalinien typique (et comique).* […] *À une réunion du Monde, hier, j'ai jeté un froid en disant que je trouvais Bourdieu un écrivain médiocre. C'est pourtant évident*.
Sous une autre forme, souvent reprise comme citation : *On me demande, ici et là, de réagir à Bourdieu, mais il n'arrive pas à m'intéresser. Ennui profond (mauvais écrivain, voilà tout).*

[5] Textes de Barthes sur Sollers rassemblés dans *Sollers écrivain*, Seuil, Paris 1979.

qu'une figuration autoriale là où Barthes a pu défendre une œuvre qui dépasserait la posture de son auteur et la versatilité ou le cynisme de ses prises de position politiques.

Les postures d'autorité peuvent donc avoir des enjeux militants, et peut-être même, théoriques. Les polémiques entre Bourdieu et Schneidermann [1] illustrent, finalement, la maîtrise de son image que Bourdieu a su conserver : il est parvenu à imposer à ses adversaires de le reconnaître comme une autorité qui ne maîtriserait pas le médium télévisuel. Pourtant, la reprise d'extraits de ses interventions dans les films de Pierre Carles[2] démontrerait plutôt le contraire : il amène parfaitement ses contradicteurs où il le souhaite.

Internet permettrait peut-être de dépasser les postures que la télévision tend à construire et à figer. La télévision n'aurait fait que « personnifier » dans différents usages marketing des catégories communes à la fois à l'institution économique et à l'institution scolaire, dont elle redoublerait alors la fonction de reconduction sociale : l'auteur, propriétaire de sa production intellectuelle, serait une de ces figures. Internet se retrouve donc investi d'une utopie communautaire qui fait suite aux analyses sur les excès de la notion d'auteur.

L'Usager, créateur

Cette utopie passe par la mise en place d'institutions qui « capitalisent », en quelque sorte, la possibilité technique, pour chaque récepteur de devenir énonciateur lui-même, à travers les offres de travail contributif (*open source*), non seulement dans le domaine informatique (licences GNU), mais également dans le domaine encyclopédique : Wikipédia est basé sur ce même principe de licence contributive, donc d'abandon des droits d'auteur avec la simple mention d'un historique des contributeurs.

Quelques domaines de la production de biens matériels soumis habituellement à des brevets ont été investis suivant le même modèle de licence libre de droits : « bière libre » (*VoresØl*, notre bière en danois, pastiche d'un slogan du brasseur Carlsberg et jeu graphique avec le '01'

Cet opus aurait été publié *à la demande expresse de Sollers* d'après Alain Robbe-Grillet, colloque Roland Barthes, New York University avril 2000, cité dans « Barthes et Sollers », site Fabula, « colloque littéraire en ligne » : http://www.fabula.org/forum/barthes/22.php .

[1] « La Télévision peut-elle critiquer la télévision ? » Le Monde Diplomatique avril 1996, réponse de Daniel Schneidermann dans Le Monde Diplomatique mai 1996.

La polémique s'est notamment poursuivie à travers les ouvrages suivants : Pierre Bourdieu : *Sur La Télévision*, Liber - Raisons d'agir, Paris 1996 ; Jeannine Verès-Ledoux *Le Savant et la politique*, Grasset, Paris 1998 ; Serge Halimi : *Les Nouveaux chiens de garde*, Liber - Raisons d'agir, Paris 1998 ; Daniel Schneidermann : *Du journalisme après Bourdieu*, Fayard, Paris 1999.

[2] Enfin Pris, CP Productions 2002 ; La Sociologie est un sport de combat, CP Productions 2001.

du mode binaire), sodas, chaussures de sport, objets *design*[1]. Ces actions sont mises en place et revendiquées par des groupes militant pour la légalisation des échanges pair à pair et l'abandon des brevets restrictifs qui ne feraient que garantir l'hégémonie d'oligopoles sectorielles.

La multiplication des *blogs vidéo* (*vlogs*) concurrencera-t-elle les chaînes de télévision des groupes de communication internationaux ?

Un article du journal Libération présentait ainsi le *credo* des « activistes créateurs » des plates-formes de diffusion vidéo libre[2] :

> *La convergence d'Internet, de la télévision et du cinéma bouleverse les habitudes de consommation et efface progressivement la division entre production, consommation et distribution. Toute personne pourvue d'un ordinateur, d'une caméra numérique et d'une bonne connexion peut aujourd'hui très simplement réaliser ses propres vidéos, éditer ses images, les mettre en ligne sur son site web.*

Holmes Wilson, de la fondation Participatory Culture de Worecester près de Boston présentait ainsi la finalité du kit du développement d'un *pack* de télévision Internet accessible à tous, Democracy[3] :

> *La télévision sur le Net sera une énorme opportunité pour démocratiser les médias. Toute personne dotée d'une bonne connexion aura le même pouvoir que celui jalousement gardé par les diffuseurs traditionnels. Actuellement, les médias de masse sont aux mains d'un petit nombre de grosses entreprises ou du gouvernement. C'est particulièrement vrai pour le plus gros, le plus populaire et le plus influent d'entres eux : la télévision. La seule chance de rendre la télévision meilleure, c'est de la faire rivaliser avec les productions des particuliers, en facilitant la distribution et la visualisation des vidéos en ligne.*

Le même groupe militant, dans le cadre du collectif Downhill Battle, avait mené une campagne de soutien en faveur du DJ Danger Mouse contre EMI, poursuivi pour avoir mixé un album du rappeur Jay-Z, Black Album, avec le White Album des Beatles. Cette action

---

[1] Par le collectif danois Superflex et l'Université des Hautes Technologies de Copenhague. Voir « La Bière libre » Libération du 20 juillet 2005 ; Marie Lechner « La Bière philosophale » Libération du 23 septembre 2005. http://www.superflex.net http://www.voresoel.dk .

[2] « La web télé brise les chaînes » Libération du 17 mars 2006, Marie Lechner, supplément Tentations.

[3] Article cité. Voir le projet sur http://www.getdemocracy.com .

avait notamment donné lieu à des appels à une forme de désobéissance civile, 170 sites mettant en ligne en téléchargement libre l'album incriminé.

Néanmoins, cette dimension de réappropriation ne relève pas forcément de l'investissement personnel dans un groupe militant ni d'une volonté subversive.

Elle se retrouve dans le principe même des *blogs*, carnets intimes ou journaux personnels co-construits avec les lecteurs. Emaillés de liens hypertextes vers leurs références ou leurs sources, les *blogs* marquent ainsi la diffusion d'un mode d'écriture qui était auparavant le seul fait des universitaires. Ce principe est également à la base d'une grande partie des productions multimédias, de la musique électronique (principe du samplage ou du remixage) et des images numériques.

Ces reprises et ces intégrations ne se font pas toujours sans polémiques, la question du respect des droits d'auteur pouvant servir de « censure douce » quand il s'agit de reprendre des propos politiques. Un « remix caustique », par le groupe Polémix, des discours de Nicolas Sarkozy, intitulé *Tous les Tizenfants*, aurait ainsi été exclu de la compilation *CQFD* (Ce Qu'il Faut Découvrir) des Inrockuptibles, consacrée à la découverte des « jeunes talents » français, sortie le 28 décembre 2005[1].

Le développement des « fanfictions » (écrire des histoires en s'inspirant de l'univers diégétique d'une série télévisée, voire en en mélangeant plusieurs), sur Internet[2], procède encore du même phénomène, donnant une visibilité et une forme de reconnaissance à des jeux d'écriture qui restaient auparavant confinés dans la sphère personnelle. Ils ont, en particulier, été étudiés par Henry Jenkins (Comparative Media Center, Massachussets Insitute of Technology), en reprenant le modèle du « braconnage » de Michel de Certeau pour décrire le phénomène et son extension sur Internet[3]. Les principaux portails des « fanfictions » en France en présentent près de 5000 à la fin de l'année 2005[4].

---

[1] « Le remix de Sarkozy ne fait rire ni la Sacem ni les «Inrocks» Le titre a été écarté d'une compil de l'hebdo. Censure, selon ses auteurs » Libération du 6 janvier 2006, Marie Lechner.

Tous les Tizenfants de Polemix et la Voix Off disponible sur www.citoyenlambda.net/pol/polemixvoixoff.php.

[2] http://www.francofanfic.com et http://anficcafe.ifrance.com.
Voir Bruno Masi « Fans Libérés » dans Libération du 28 octobre 2005.

[3] Ouvrage à paraître : *Convergence cultures.* Voir également : entretien avec Marie Lechner, Libération du 28 octobre 2005 ; *Textual Poachers, Television Fans and Participatory Callers*, Routledge, New York, 1992.

[4] Suivant l'article cité *supra*.

Une clef du succès des séries et des émissions de télévision, en particulier celles de télé-réalité, tient justement à une certaine labilité qui en permettra l'appropriation. La socialité des jeux adultes paraît en cela assez peu différente de l'usage de la télévision comme ressource pour la mise en place de jeux de rôle spontanés dans les cours de récréation des écoles. La question, pour les chaînes, est alors de contrôler les éventuelles dérives parodiques qui pourraient glisser vers le dénigrement de marque.

Ces tentatives de contrôle se retrouvent dans l'évolution de la jurisprudence du droit des marques.

L'œuvre ou la marque : une jurisprudence évolutive, une évolution disputée

Star Academy

Une action a été intentée, puis arrêtée, envers une parodie de la Star Academy. En novembre 2004, Endemol et Niouprod, producteurs de l'émission, enjoignaient, par le biais de leurs avocats les webmestres d'un site parodique, Bofacademy.com, à renoncer à toute utilisation des termes « star » et « academy », en les accusant de « parasitisme commercial »[1]. Or, le site, assumé comme un site personnel et amateur, ne générait quasiment aucun profit. Il changera néanmoins son nom en « étoile école » pour éviter toute poursuite. La production renoncera alors à toute procédure, reconnaissant même la maladresse de sa tentative d'action judiciaire.

Si le risque réel de confusion par le consommateur paraît faible[2], la facilité avec laquelle les noms de marque peuvent être parasités, sur Internet, pose de nombreux problèmes d'images que l'action juridique ne permet pas forcément de résoudre[3]. Bien que les règles de l'ICANN imposent, depuis 1999, le respect de la propriété industrielle, il est toujours possible d'utiliser la désinence (TLD, *Top Level Domain*) d'un État peu strict ou d'utiliser des sous-domaines à l'intitulé trompeur, voire simplement d'utiliser une forme différemment orthographiée.

La caricature et le détournement se voient donc ouvrir un espace d'expression et de visibilité sans équivalent, qui ira jusqu'à investir la parodie de journaux personnels avec la

[1] Le Journal du Net, entretien avec Didier Gruet, co-animateur du site www.bofacademy.com, Emilie Leveque 18 mars 2005.

[2] La question se pose aussi pour les institutions gouvernementales, si l'on considère www.whitehouse.gov, le site officiel de la présidence américaine, par rapport à www.whitehouse.com, site pornographique, et www.whitehouse.net et www.whitehouse.org, sites parodiques.

[3] Voir Pierre Méra « Information ou désinformation » Revue Francophone de Management n°08 Mai 2003.

multiplication des faux *blogs* d'hommes politiques ou de personnalités. Or, la télévision avait contribué à initier ce genre à travers, par exemple, la publication de l'Agenda secret de Jacques Chirac par Les Guignols de l'Info (Canal Plus), en 1993[1]. Paradoxalement, cette initiative et la caricature générale du personnage ont souvent été jugées comme des facteurs de sympathie qui auraient contribué à son élection.

Danone

Dans le cas d'une attaque manifeste contre une société puisqu'il s'agissait d'un appel au boycott[2], les poursuites engagées par Danone contre le site Jeboycottedanone[3] n'ont, par exemple, pas permis de mettre fin à la campagne. En première instance, le juge des référés a certes reconnu en partie le droit à l'utilisation polémique d'un nom de marque, mais il en a interdit le détournement du logo[4].

Logo Danone détourné

Avant ce jugement, le droit des marques était considéré, en France, comme ne souffrant pratiquement aucune exception : tout utilisateur d'une marque doit disposer de l'autorisation de son propriétaire-déposant. Or, il aurait suffi de domicilier ce site hors du territoire français pour rendre toute poursuite à peu près impossible. La « maladresse » juridique des auteurs de ce site va entraîner un retournement considérable de la jurisprudence.

La société Danone va précisément tenter d'utiliser l'ensemble de l'arsenal juridique et technique à sa disposition, allant, si l'on suit les informations données par ses contre-

[1] *L'Agenda secret de Jacques Chirac* Benoît Delépine, Bruno Gaccio, Jean-François Halin, Le Livre de Poche, Paris 1993.

[2] Voir Flore Trautmann « Pourquoi boycotter ? Logique collective et expressions individuelles : analyse de systèmes de représentations à partir du cas Danone » dans Le Mouvement Social n°207 avril-juin 2004, éditions de l'Atelier / CNRS / Centre d'Histoire Sociale Université Paris I.

[3] Site ouvert le 10 avril 2001 par des collaborateurs du magazine Technikart en réaction au plan de licenciements du groupe présenté le 29 mars 2001. Le site est édité officiellement par une association, le Réseau Voltaire, que Danone ne poursuit pas à ce moment.

[4] Gervais-Danone contre l'association Boycott! et Olivier Malnuit, tribunal de grande instance de Paris, Evelyne Delbes, juge des référés, jugement rendu le 20 avril. Voir également 01.net du 23 avril 2001.

lobbyistes, jusqu'à se mettre dans une position de pirate informatique. Ce jeu d'influence et de contre-infuence va donner lieu à plusieurs actions réciproques :

- La société gestionnaire du nom de domaine Jeboycottedanone décide de fermer l'accès au site le 20 avril 2001, pour éviter, semble-t-il, de s'exposer aux poursuites de Danone, mais officiellement, à la suite d'un différent avec son client qui avait mis en cause sa neutralité.
- Le 21 le site est de nouveau disponible avec une désinence « .net », édité directement par le Réseau Voltaire.
- Le site fait l'objet d'une attaque informatique le 23 avril, trois jours après le premier procès. Le Réseau Voltaire, éditeur du site, annonce avoir identifié une société prestataire de Danone comme étant à l'origine de l'attaque.
- Le 24 avril le service juridique de Danone menace alors de poursuites l'hébergeur du site, la société Gandi de Valentin Lacambre.
- Le 27, il assigne effectivement le Réseau Voltaire, la société Gandi et Valentin Lacambre
- Le 2 mai, ceux-ci portent plainte, plainte médiatisée lors d'une conférence de presse à l'Assemblée Nationale, pour « entrave à la liberté d'expression, à la liberté du travail, menaces et chantage ».
- Le deuxième procès en référé a lieu le 11 mai : rendu par Jean-Jacques Gomez, premier vice-président du Tribunal de grande instance de Paris, il donne globalement la même interprétation que le jugement précédent : autorisation relative d'utilisation du nom de marque, interdiction de détournement du logo. Le site original est fermé mais demeure accessible depuis de nombreux sites miroirs.
- Le procès sur le fond a lieu le 30 mai : le jugement rendu le 4 juillet, confirme l'illégalité de la reproduction d'un logo déposé à l'Inpi : « l'exception de parodie (...) n'existe pas en droit des marques ».

Il existe pourtant des précédents : un arrêt de la cour de cassation du 12 juillet 2000 dans l'affaire qui opposait les Guignols de l'Info à Jacques Calvet, président de PSA, leur donnait raison, reconnaissant donc la légalité d'une parodie de marque. Un jugement de la Cour d'Appel de Riom, du 15 mai 1994, avait déjà écarté la qualification de contrefaçon dans le cas d'une utilisation du Bibendum Michelin déguisé en homme préhistorique, pour contester la politique sociale de l'entreprise.

La cour d'appel de Paris[1] finira par se rendre à ces arguments. Dans son jugement du 30 avril 2003, elle met en cause l'appréciation de contrefaçon de marque, basée sur l'article L 713 -3 du Code de la propriété intellectuelle, donnée dans les jugements précédents, son utilisation polémique ne risquant pas, suivant son appréciation, d'entraîner de « risque de confusion pour le public », l'intention polémique étant claire ainsi que l'identité des émetteurs.

On entre donc dans le domaine de la liberté d'expression en sortant de celui du droit des marques[2] :

- ✓ […] *Le principe à valeur constitutionnelle de la liberté d'expression, par ailleurs reconnu tant par les traités et conventions internationales rappelés par l'association RÉSEAU VOLTAIRE, implique que cette association et Olivier Malnuit puissent, sur les sites Internet litigieux, dénoncer sous la forme qu'ils estiment appropriée les conséquences sociales des plans de restructuration mis en place par les intimés.*
- ✓ […] [Ils] *ne visent manifestement pas à promouvoir la commercialisation de produits ou de services, concurrents de ceux des sociétés intimées, […] mais [la reproduction du logo] relève au contraire d'un usage purement polémique étranger à la vie des affaires.*
- ✓ […] *Leurs produits n'étaient nullement dénigrés ni même visés*
- ✓ […] *La référence à la marque DANONE était nécessaire pour expliquer le caractère politique ou polémique de la campagne*

Autonomie culturelle et droit des marques

Le cadre institutionnel de déploiement et de réception des textes, des programmes audiovisuels, des marques commerciales et des œuvres de l'esprit devient-il instable ?

Ces exceptions progressives au droit des marques, avec la visibilité qu'Internet procure dans ces situations polémiques, peuvent-elles être reliées aux autres problèmes, liés à la défense de la propriété intellectuelle, quand le développement de nouvelles technologies en facilitent la contrefaçon ? Ce lien justifie certainement l'acharnement juridique des marques, parfois

[1] Cour d'appel de Paris, 4e Chambre, Section A, 30 avril 2003. Jurisprudence disponible sur le Forum des Droits sur l'Internet : http://www.foruminternet.org/telechargement/documents/ca-par20030430.pdf.

[2] Extraits du jugement.

maladroit, à défendre leur bien, et l'acharnement de leurs services juridiques à défendre leur existence.

L'évolution de cette jurisprudence marque et confirme, peut-être, l'autonomie croissante des champs du marketing et de la publicité : le procès Moussinac constitue, par exemple, un précédent historique souvent mis en avant pour illustrer la reconnaissance institutionnelle de l'autonomie du champ cinématographique[1]. La condamnation de Léon Moussinac, le 20 mars 1928, pour une « attaque volontairement malveillante » du film Jim le Harponneur distribué en France par la Société des Cinéromans de Jean Sapène[2], avait provoqué la mobilisation de l'ensemble de la critique artistique pour défendre la distinction entre critique et publicité. Le procès en appel permettra d'établir le droit à la critique et servira d'emblème à ce droit dans le domaine du cinéma, le film étant ainsi officiellement considéré comme production intellectuelle et non comme marchandise, une mauvaise critique ne pouvant être considérée comme relevant du dénigrement industriel.

La publicité, le marketing et l'ensemble des moyens formels que les entreprises utilisent pour promouvoir leur image peuvent-ils donc eux-mêmes devenir l'objet de critiques et un moyen de contre-campagne ?

La convergence, en rapprochant des types de produits différents, entraîne aussi de nouveaux recouvrements qui peuvent s'avérer contraires au droit des marques : Apple Computer s'est trouvé à plusieurs reprises poursuivi par Apple Corps, société gérant les droits des Beatles. Un accord avait été trouvé en 1981, excluant pour Apple Computer l'utilisation de la pomme dans le commerce musical[3]. Une nouvelle procédure judiciaire en 1991 n'a pas permis à Apple Computer d'étendre les termes de l'accord[4]. Or, la firme a mis sur le marché le baladeur iPod en 2001 et son service de musique en ligne iTunes en 2003. Un nouveau procès a donc débuté à Londres le 30 mars 2006, autour de la question de l'interprétation du contrat entre les deux sociétés délimitant leurs champs d'utilisation réciproque du logo : dans l'argumentaire des

---

[1] Voir « Histoire et cinéma : 1928, année politique » Revue d'Histoire Moderne et Contemporaine n°48, avril 2001, Belin ; *Dictionnaire du cinéma français des années vingt* sous la direction de François Albera et Jean A. Gili, 1895 n°33, juin 2001, AFRHC, Cineteca del Comune di Bologna / Il Cinema Ritrovato.

[2] Également patron de presse et, à ce moment, président d'honneur de l'Association Professionnelle de la Presse Corporative : il édite Ciné-Miroir (dont les films racontés accompagnés de photogrammes peuvent être vus comme un des premiers produits dérivés du cinéma dans le domaine de la presse), le Matin, le Petit Parisien.

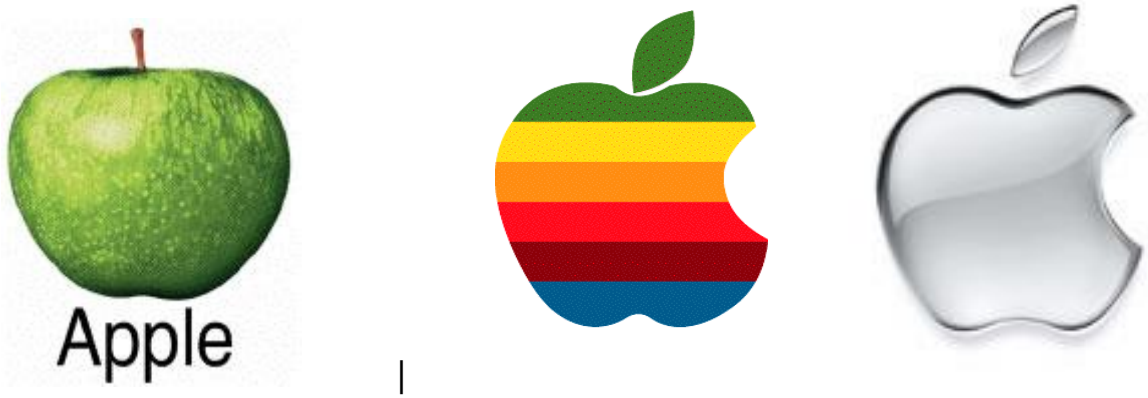
[3] « Bataille de pommes au sommet » Le Monde du 1er avril 2006, Jean-Pierre Langellier.

[4] *Apple Corps a été fondé en 1968. La société est la propriété de Paul McCartney, de Ringo Starr et des ayant-droits des deux Beatles décédés, John Lennon et George Harrison. Apple Computer a été fondé en 1976 par Steve Jobs et Steve Wozniak. La lignée de ses ordinateurs Macintosh a débuté en 1984.*
Voir « Apple (Beatles) VS Apple (Mac) devant la justice, article en ligne NouvelObs.com 29 mars 2006.

avocats d'Apple, la vente de musique en ligne relève d'un service informatique et non de l'édition musicale : il s'agit de transmission de données numériques.

Au terme de l'accord signé en 1991 Apple computers a versé 26,5 millions de dollars à Apple Corps, ce qui ne représenterait en 2006 qu'une journée de son chiffre d'affaire[1].

La qualité du *design* des baladeurs Apple et de leur marketing fait par ailleurs très certainement partie de leur attrait, ce qui montre encore une fois l'importance des objets concrets et de leur qualification symbolique dans le succès du commerce dématérialisé.



Logos Apple

Le logo initial d'Apple computers, une pomme croquée aux couleurs du drapeau de la communauté homosexuelle, peut être vu comme une référence au pionnier de l'informatique Alan Turing, suicidé en 1954 en croquant une pomme empoisonnée au cyanure après avoir été persécuté pour son homosexualité. Un tel geste avait peut-être aussi un lien avec l'iconographie de Walt Disney et la pomme de Blanche Neige[2], comme une métaphore de son innocence. Il rappelle bien évidemment le péché originel, établissant un lien entre informatique et connaissance et pouvoir de re-création de l'homme au cœur de la question de la Convergence.

[1] « Les Beatles et Apple se disputent la pomme » Libération du 30 mars 2006, Florent Latrive.

[2] Snow White and the Seven Dwarves (1937) d'après le conte des frères Grimm. Voir pour l'interprétation des images d'innocence et de sexualité : Bruno Bettelheim *Psychanalyse des contes de fées* Robert Laffont, Paris 1976.

Cette thématique a donné lieu à une très belle réflexion théâtrale sur les liens entre sexualité, innocence et informatique à partir du personnage de Turing *Un Faust, histoire naturelle*, de Jean- François Peyret et Jean- Didier Vincent d'après Goethe[1].

La pièce met en rapport le développement de l'informatique et son utilisation comme outil de représentation avec les théories évolutionnistes et la question de la construction de l'image du soi. La salle est divisée en deux, un lever de rideau final dévoile deux rangées de gradins, les spectateurs se faisant alors face, confrontés à leur double.

Le développement de la biologie a posé dans des conditions nouvelles la question du soi, de l'original et de la copie, la découverte de l'ADN rendant par exemple possible le principe du clonage[2] et l'identification certaine des individus. Le National Geographic a même proposé en avril 2006 aux 'particuliers' d'identifier l'origine de leurs ancêtres à partir d'un échantillon de salive afin de préciser les corrélations entre origines géographiques, migrations et variations du génome[3].

Les questions éthiques sur le clonage rejoignent-elles la question de la contrefaçon ?

Elles rejoignent du moins celles relatives à la définition et à la sur-valorisation de l'acte créateur. On retrouve directement ce questionnement dans les débats sur la loi relative au droit d'auteur.

L'ADN renvoie aussi à la notion de signature génétique, possibilité d'identification certaine des individus dont les principes d'identification numériques s'inspirent certainement.

L'œuvre ou l'auteur : la genèse difficile d'une loi qui échappe à ses propres auteurs

La nouvelle loi sur le droit d'auteur, présentée au parlement en décembre 2005, n'avait à l'origine que le but d'adapter en droit français une directive européenne, faisant suite à des engagements internationaux et prenant acte des évolutions technologiques, donc des supports numériques. Or, elle va cristalliser à la fois les craintes des éditeurs audiovisuels et musicaux et celles des défenseurs du droit de copie. La dimension patrimoniale (le retour sur

---

[1] Production MC93 Bobigny, TNB Rennes, Compagnie J - F Peyret, créée à Rennes le 26 février 1998.
Texte intégral disponible sur : http://www.theatrefeuilleton2.net/faust/faust.doc .

[2] La structure en double hélice de l'ADN a été établie en 1953 par James Watson et Francis Crick à partir des travaux de Rosalind Franklin au laboratoire Cavendish de Cambridge.

[3] « Trouver ses ancêtres avec une analyse ADN » Le Monde du 5 avril 2006, Stéphane Foucart.

investissement) semble se heurter frontalement à la dimension d'usage : le droit de l'auteur versus la circulation de l'œuvre, en quelque sorte.

La loi devait aussi permettre de préciser un cadre légal que la jurisprudence n'a pas permis de fixer clairement, achoppant sur la question du statut des fichiers échangés. Les sociétés d'auteurs et les associations de producteurs soutiennent qu'il s'agit de diffusion collective, devant donc donner lieu à une rémunération des ayants-droits. Ils ont précisément voulu mener des procès exemplaires pour fixer cette jurisprudence. Auteurs et producteurs ont cependant été déboutés quand ils n'ont pu démontrer d'usage collectif, le cadre de l'exception pour copie privée s'appliquant alors de plein droit, comme le rappelle la directive européenne de mai 2001.

La Cour d'appel de Montpellier a ainsi confirmé, le 10 mars 2004, un jugement rendu par le Tribunal correctionnel de Rodez du 13 octobre 2004, qui avait relaxé un jeune internaute téléchargeant des fichiers sur les réseaux de pair à pair, la preuve d'un usage autre que privé n'ayant pas été apportée[1]. Il était pourtant poursuivi pour contrefaçon par des parties civiles de prime abord bien défendues juridiquement, Columbia Pictures Industries, Disney Enterprise, Dreamworks, Gaumont Columbia, MGM Entertainment, Paramount, Warner Bros, le Syndicat de l'édition vidéo et la Fédération nationale des distributeurs de films.

Pour l'avocat des parties civiles, Me Christian Soulié, la confirmation de la relaxe risquait de « mettre en danger l'ensemble du secteur culturel ». « Le téléchargement n'est pas forcément illégal. Ce qui est illégal, c'est de télécharger à partir de sources illicites. Et la première copie des films sur les sites d'échanges est toujours illégale »[2].

Le SEV et les autres parties civiles se sont pourvus en cassation sur la base de cet argument, réclamant unanimement une loi qui mette fin à ces incertitudes juridiques et qui sécurise donc leur activité.

Or, dans un jugement du 8 décembre 2005[3], le TGI de Paris a débouté la Société Civile des Editeurs et Producteurs Phonographiques de sa plainte à l'encontre d'un particulier, sur la base d'une absence de preuve d'une intention coupable.

---

[1] Voir le jugement sur :
http://www.juriscom.net/actu/visu.php?ID=651 / http://www.juriscom.net/jpt/visu.php?ID=650

[2] Propos rapportés dans le Nouvel Observateur « Le téléchargement de films va aller en cassation » 11 mars 2005 : http://permanent.nouvelobs.com/multimedia/20050311.OBS0943.html.

[3] Voir le jugement sur :
http://www.juriscom.net/jpt/visu.php?ID=785 / http://www.juriscom.net/documents/tgiparis20051208.pdf .

Celui-ci était poursuivi sur la base de constats effectués par un agent assermenté, qui avait pu établir la liste des fichiers partagés sur son ordinateur, à partir de Kazaa. La police judiciaire a pu établir son identité à partir de son adresse IP, par son fournisseur d'accès, et perquisitionner à son domicile[1]. La procédure a été jugée en elle-même légale, le traitement nominatif n'intervenant que dans le cadre judiciaire.

Si le partage était donc établi, le tribunal a noté, dans ses attendus, que rien, techniquement, ne permettait de distinguer les œuvres du domaine public des œuvres protégées dans le cadre du téléchargement de pair à pair : l'illégalité ne pouvait donc apparaître intentionnelle et relever du pénal :

> *Attendu que la loi pénale est d'interprétation stricte ; qu'il n'existe aucune présomption de mauvaise foi du fait du recours à un logiciel de partage ni aucune présomption de refus d'autorisation de mise en partage des ayants droit d'œuvres musicales ; que ce type de logiciel permet également d'accéder à des fichiers d'œuvres tombées dans le domaine public, autorisées par leurs ayants droit ou libres de droits ; qu'en l'espèce, sur 1875 fichiers musicaux, objets de la poursuite, seuls 1212 correspondent à des œuvres dont la situation juridique est définie de façon certaine ;*
>
> *Attendu qu'en procédant au téléchargement de fichiers musicaux, le prévenu a seulement placé une copie des œuvres dans des répertoires partagés accessibles à d'autres utilisateurs ; qu'il ne disposait d'aucune information pour éviter l'usage d'œuvres dont la diffusion n'était pas licite ; qu'en particulier, le logiciel Kazaa ne permet pas de distinguer les fichiers d'œuvres selon leur catégorie juridique ; que l'absence de vérification préalable, sur les bases de données des auteurs ou éditeurs, de la possibilité de disposer librement d'une œuvre ne saurait caractériser une intention coupable ;*
>
> *Attendu par ailleurs que les articles L. 311-4 et suivants du code de la propriété intellectuelle, qui organisent la rémunération de la copie privée, visent l'ensemble des supports d'enregistrement utilisables pour la reproduction à usage privé d'œuvres, sans exclure les supports numériques ; que ce cadre juridique permet de préserver les intérêts légitimes des ayants droit des œuvres ;*

Le jugement va donc jusqu'à considérer que le cadre qui existe suffit à garantir les droits des producteurs. Ceux-ci vont, en réaction, multiplier encore les actions de lobbying pour disposer

[1] Pc Impact du 3 février 2006 « P2P : relaxé malgré la mise à disposition de fichiers ».

d'une loi plus favorable. Les procès qu'ils ont intentés en France, en s'inspirant de l'action de la RIAA (Recording Industry Association of Amercica) aux Etats-Unis, n'ont eu ni les effets dissuasifs ni les effets jurisprudentiels escomptés.

Rappelons que la RIAA a engagé plusieurs milliers de procédures contre des internautes américains depuis 2002, la plupart de ces procédures donnant lieu à un abandon des poursuites une fois l'infraction reconnue par son auteur ou à un règlement amiable dans le cadre du droit américain. La RIAA a également, avec un certain succès, engagé ou menacé d'engager des procédures contre les plates-formes d'échange et contre les fournisseurs d'accès[1].

Selon un arrêt de la Cour suprême des Etats-Unis, du 27 juin 2005, dans l'affaire opposant depuis octobre 2001, la MGM aux plates formes Grokster et Morpheus, les services de *peer-to-peer* peuvent en effet être tenus pour responsables des usages illégaux qui en sont faits. Cette décision modifie la jurisprudence, qui avait pourtant été confirmée en première instance et en appel, en référant à un arrêt de 1984, considérant que Sony ne pouvait être présumé responsable des infractions au droit d'auteur commises avec les magnétoscopes Betamax[2].

Sam Yagan, dirigeant de l'entreprise qui édite E-Donkey, Metamachine, a ainsi annoncé, le 28 septembre 2005, abandonner cette activité à la suite d'un courrier de la RIAA[3]. Ces décisions de justice, souligne-t-il, ont un effet paradoxal : elles entraînent la disparition de services proposés par des sociétés commerciales identifiables, le développement de plates-formes basées sur des protocoles *open source*, et celui de serveurs décentralisés, comme E-Mule, dotés de systèmes d'anonymisation des usagers de plus en plus performants. La fermeture d'un des plus importants serveurs du réseau, Razorback 2, par les autorités suisses et belges, le 21 février 2006, à la demande de la Motion Picture Association[4] a eu pour seul

---

[1] Voir les différents communiqués de la RIAA, et en particulier l'annonce devenue quasi rituelle du lancement d'une nouvelle vague de plaintes lors de chaque Midem (Marché du Disque et de l'Edition Musicale), chaque année à Cannes, chaque troisième semaine de janvier.

Voir également : « P2P : La RIAA engage une énième salve d'attaques. On connaît la chanson… » dans PC Impact, 2 février 2006.

Notons que la RIAA a, en réaction, entraîné un mouvement de boycott qui propose des détournements d'affiches de propagande pour financer sa campagne : http://www.boycott-riaa.com/ / http://www.cafepress.com/dmusic .

[2] « Claque pour le Peer-to-peer » Libération du 28 juin 2005, Florent Latrive.

[3] « E-Donkey fermé 'et ce sera pire pour l'industrie du disque' » Libération du 3 octobre 2005, entretien avec Sam Yagan, Florent Latrive.

[4] « Un gros serveur pour eDonkey et eMule fermé, le trafic continu » Libération du 22 février 2006, avec Reuters.

effet un report des requêtes vers les autres machines du réseau : les serveurs ne contiennent que les banques de données et les contrôles d'accès permettant aux usagers d'échanger leurs-fichiers, tandis que ceux-ci demeurent stockés sur leurs propres machines.

La Spedidam a pris au pied de la lettre cette argumentation suivant laquelle il est illégal de mettre en ligne des œuvres sans le consentement de leurs créateurs pour en démontrer l'absurdité. Cette société a assigné en justice six plate-formes de téléchargement « légales » iTunes Music Store, e-Compil, Fnac Music, OD2, Sony Connect et Virgin, pour contrefaçon, dans la mesure où elles « mettent en vente par téléchargement quantité d'enregistrements sans avoir recueilli l'autorisation des artistes-interprètes pour cette nouvelle forme d'exploitation »[1].

Sur le modèle américain, la loi DADVSI votée en mars 2006 a néanmoins intégré ce principe de responsabilité juridique des promoteurs de moyens d'échanges en cas d'usage illicite, l'amendement 150 pénalisant la mise à disposition de logiciels permettant le téléchargement illégal. Cet amendement, soutenu par les majors, avait été surnommé « amendement Vivendi Universal » et avait valu au Ministre de la culture, Renaud Donnedieu de Vabres, d'être appelé RDDVVU par ses détracteurs, l'acronyme du groupe étant ainsi accolé au sien[2] : « L'acronyme RDDV s'est enrichi et est devenu RDDVDV, c'est à dire Renaud Donnedieu de Vabres de Vivendi », a ainsi déclaré Didier Mathus, député socialiste[3].

La nouvelle loi

Les conditions d'examen de la loi DADVSI sont, en elle-mêmes, assez rocambolesques : le projet de loi sur les droits d'auteurs et les droits voisins, dans la société de l'information (DADVSI), a été présenté au parlement avec plusieurs années de retard. Pour compenser ce retard, le gouvernement a choisi une procédure de vote en urgence (une seule lecture par chambre), limitant le temps de débat, le texte devant être examiné et voté en deux jours, les 20 et 21 décembre 2005. Or, il s'agit d'un texte dont les conséquences seront importantes,

---

[1] « La Spedidam attaque six plate-formes de téléchargement pour contrefaçon » ZDnet du 6 mars 2006, rédaction.

Communiqué de la Spedidam du 6 mars 2006 :
http://www.spedidam.fr/actu/pdf/assignationsitescommerciaux0306.pdf .

[2] Voir « Le peer-to-peer mis à l'amende à l'assemblée » dans Libération du 17 mars 2006, article cité *infra*.

[3] « Droit d'auteur : les députés achèvent l'examen du texte » dépêche AFP Paris du 17 mars 2006 reprise sur Yahoo ! Actualités.

puisqu'il décidera, nous l'avons vu, notamment du statut légal des copies numériques et des échanges de pair à pair.

Les DRM

Le texte vise, également, à donner un cadre juridique aux mesures techniques anti-copie[1] que les industriels veulent promouvoir. Bien qu'un petit nombre de disques et quelques *dvd* aient été mis sur le marché, munis de ces dispositifs, la jurisprudence s'est avérée défavorable aux industriels sur ces aspects, les tribunaux les considérant comme des entraves au droit de copie privée et des vices de fabrication.

Après avoir répertorié l'ensemble des disques munis de tels dispositifs, sans que l'acheteur n'en soit informé, l'UFC-Que Choisir et un usager ont ainsi assigné les sociétés Warner Music France et la Fnac, le 28 mai 2003. L'association de consommateurs estime illicite l'installation des verrous anti-copie et engage une action par rapport au CD Testify de Phil Collins : « le dispositif anti-copie rendait impossible sa lecture sur un disque dur d'ordinateur MacIntosh ainsi que sa copie privée »[2].

Le 10 janvier 2006, le tribunal a estimé que ce CD était « affecté d'un vice » qui le rendait « impropre à l'usage auquel il est destiné, à savoir sa lecture sur tous les lecteurs », et que les sociétés Warner et Fnac avaient « manqué à leur obligation d'information »[3]. Il est fait interdiction à Warner d'utiliser un tel dispositif sous peine d'une astreinte.

Ce jugement confirme les précédentes évolutions. Le 24 juin 2003, une autre association de consommateurs, la CLCV, avait obtenu la condamnation de la société EMI Music France par le TGI de Nanterre pour des faits similaires[4], en prenant pour cas d'espèce un album de Liane

---

[1] On regroupe ces mesures sous les termes de DRM ou de systèmes de gestion des droits numériques (*digital rights management*, ou MTP, pour mesures techniques de protection). Il s'agit de dispositifs placés dans les CD et les fichiers numériques, dont l'intégrité est éventuellement vérifiée par des moyens intégrés aux lecteurs mis sur le marché. Ces dispositifs doivent permettre de limiter le nombre de copies et de contrôler ou d'interdire l'échange des biens culturels acquis sur les sites de téléchargement légal ou dans les circuits de vente classiques de disques et de *dvd*.

[2] Communiqué du 27 mars 2003 :
http://www.quechoisir.org/Position.jsp;jsessionid=39A71CAA887A99A1F6F0673A1FD077EA.tomcat-21?id=Ressources:Positions:38C9E038ECC50E10C1256D3100354086&catcss=IMA101&categorie=NoeudPClassement:5841FB0AEED2B5C9C1256F01003490F3

[3] Jugement rapporté par Le Nouvel Observateur « Le Système anti-copie est bien un vice caché » NouvelObs.com 19 janvier 2006.

[4] Voir Juriscom.Net pour un compte rendu de ce jugement, son impact jurisprudentiel et la minute originale :
« CD audio : condamnation au fur et à mesure des systèmes anti-copie ? » Franck Bergeron
http://www.juriscom.net/actu/visu.php?ID=268
http://www.juriscom.net/documents/tginanterre20030624.pdf

Foly, illisible sur les autoradios standards des véhicules Peugeot. EMI devait, en conséquence, indiquer ces limitations sur tous les disques équipés de ces dispositifs. L'efficacité de ces systèmes semble en effet reposer sur un compromis entre « compatibilité avec tous les lecteurs et fiabilité de la protection », d'après Noam Zur, président de la société Midbar qui développe des procédés anti-copie[1].

Dans un jugement du 28 février 2006[2], la Cour de cassation a, cependant, annulé une décision d'appel du 22 avril 2005 :

> *La Cour de cassation a restreint le droit à la copie privée d'œuvres de cinéma sur DVD en estimant qu'il ne pouvait s'exercer sans prendre en compte "la sauvegarde des droits d'auteur" et "l'importance économique" de l'exploitation des œuvres.*

Dans son argumentaire, la Cour a effectivement mis en avant les aspects économiques, sous-entendus par le code de la propriété intellectuelle, par rapport aux aspects pénaux : la plainte initiale émanait d'un particulier qui n'avait pu copier pour son usage personnel un *DVD* de Mulholland Drive de David Lynch :

> *Le TGI l'avait d'abord débouté de ses prétentions mais la cour d'appel de Paris lui avait donné raison en estimant qu'une copie à usage privé n'était "pas de nature à porter atteinte à l'exploitation normale de l'œuvre sous forme de DVD", notamment car la preuve d'un "dévoiement répréhensible" n'était pas apportée*[3].

Or, la Cour de cassation a estimé que les droits des usagers devaient être mesurés en fonction des aspects techniques qui contribuent à garantir les droits des producteurs :

> *En statuant ainsi, alors que l'atteinte à l'exploitation normale de l'œuvre, propre à faire écarter l'exception de copie privée, s'apprécie au regard des risques inhérents au nouvel environnement numérique quant à la sauvegarde des droits d'auteur et de l'importance économique que l'exploitation de l'œuvre, sous forme de DVD, représente pour l'amortissement des coûts de production cinématographique, la cour d'appel a violé* [le Code de propriété intellectuelle][4].

Ces technologies peuvent elles-mêmes être destructives ou entraîner des disfonctionnements des lecteurs. Sony BMG a ainsi été accusé, en octobre 2005, d'avoir placé un programme

---

[1] Entretien accordé à 01.Net du 26 septembre 2002, Stéphane Long, cité dans l'article indiqué *supra*.

[2] Extrait diffusé par l'AFP, Paris. Première chambre civile de la Cour, présidée par Jean-Pierre Ancel.

[3] Dépêche citée.

[4] *Ibidem.*

caché (*spyware*) s'installant sur l'ordinateur en cas de lecture sur un PC, pour contrôler l'usage fait du produit : ce programme limite le nombre de copies et interdit de faire des copies de copies ; il ne peut être désinstallé automatiquement, sous peine de rendre le lecteur de CD inopérant[1]. Un développeur américain, Mark Russinovich, a découvert, en scannant manuellement son ordinateur, ces fichiers cachés, dissimulés par une technologie, Rootkit, destinée justement à masquer des fichiers pour les rendre indétectables par les outils de sécurité génériques ; il a décrit le phénomène dans son blog, point de départ de la polémique[2]. Ces deux dispositifs anti-copie, XCP (Firts4internet) et Mediamax (SunnCom)[3], étaient installés sur des CD vendus aux Etats-Unis et au Canada[4]. Après le dépôt d'une plainte collective par des consommateurs, Sony a dédommagé les acheteurs, notamment en leur offrant la version MP3 des disques incriminés[5]…

L'initiative « EUCD info » contre la directive européenne sur le droit d'auteur, affiliée à la FFS, la « free software fondation » a dénoncé les dangers d'une *DRMisation* de la culture. Christophe Espern, cofondateur de l'initiative, a précisé cette position quelques jours avant la soumission du texte au parlement[6] :

> *Les industriels de l'électronique grand public et les vendeurs de contenus se sont* [au milieu des années 80] *mis d'accord pour considérer que les dispositifs permettant la copie numérique devaient intégrer un nouveau dispositif de contrôle, le SCMS pour «serial copy management system». C'est l'ancêtre des DRM. Les lobbyistes d'Hollywood ont ensuite eu beaucoup de mal à faire légaliser ces outils par le Congrès mais ils ont fini par y arriver par le biais de l'OMPI, l'organisation mondiale de la propriété intellectuelle. C'est cette dernière qui a fait passer dans ses règlements des dispositions d'abord rejetées par le Congrès sous la pression de l'opinion publique américaine. En 1998, le congrès a fini par voter un texte basé sur les directives de l'OMPI, le DMCA ou «digital millenium copyright act». Et c'est ce dernier texte dont*

---

[1] « Espions et destructeurs » Libération du 7 mars 2006, Christophe Alix.

[2] http://www.sysinternals.com/blog/ .

[3] « Sony dévoile les fichiers cachés de ses CD protégés » 01.net du 3 novembre 2005, Arnaud Devillard.

[4] Voir la campagne de l'Union des consommateurs canadiens : http://www.consommateur.qc.ca/union/295.htm .

[5] « Sony BMG enterre à l'amiable les cadenas de ses CD » 01.net du 30 décembre 2005, Guillaume Deleurence.

[6] « Le recours aux DRM, une impasse pour la sécurité informatique et la protection de la vie privée » Libération du 16 décembre 2005, Christophe Alix.

s'est inspiré l'union européenne pour adopter en 2001 sa directive sur le droit d'auteur, elle-même à l'origine de la loi actuelle discutée à l'Assemblée.

Le principe des DRM reviendrait, en outre, à entériner l'incompatibilité entre procédés techniques différents, appliquant aux biens culturels la logique qui avait vu la mise en place de monopoles dans le domaine informatique, grâce à cette absence d'interopérabilité entre les systèmes. Un disque d'un artiste pourrait ne plus être lu que sur les appareils d'une marque affiliée à son producteur.

Cette question a été ironiquement soulevée par des *blogueurs* [1] à propos du site de l'Assemblée Nationale : en effet, suivre les débats sur un ordinateur équipé de Linux, et non de systèmes Microsoft ou Apple, implique de convertir les fichiers délivrés par la Chaîne Parlementaire au format *Realvideo* en *Avi*[2], actes qui seraient passibles de 3 ans de prison et 300 000 euros d'amende suivant l'état de la loi proposée en décembre 2005.

Cette limite rend la nouvelle loi sur le droit d'auteur difficilement applicable : le projet prévoit, en effet, des amendes très lourdes, voire des peines allant jusqu'à de la prison ferme pour la mise à disposition de logiciels de contournement des DRM. Or, ces systèmes spécifiques ne permettent pas, par exemple, de lire un fichier de musique téléchargé sur iTunes d'Apple, sur un matériel d'une autre marque. À défaut de pouvoir garantir cette interopérabilité à des industriels dont les stratégies dépassent largement les cadres nationaux, le gouvernement a précisé que les internautes qui contourneraient des DRM, uniquement à cause d'un problème d'interopérabilité, ne seraient pas sanctionnés[3]. Effectivement, la loi votée en mars 2006 prévoit, à la suite du vote d'un amendement présenté par l'opposition le 17 mars 2006 que les DRM *ne doivent pas avoir pour effet d'empêcher la mise en œuvre effective de l'interopérabilité dans le respect du droit d'auteur* et que les fournisseurs de dispositifs techniques de contrôle des copies doivent fournir aux usagers les informations permettant de mettre en œuvre cette interopérabilité. Cette loi serait donc très contraignante pour les principaux fournisseurs, Apple, Microsoft et Sony qui se sont toujours refusés à déverrouiller leurs standards, au point qu'il a été évoqué qu'Apple puisse quitter le marché français plutôt que de s'y conformer[4].

---

[1] Voir sur Haut et Fort : http://dadvsi.hautetfort.com/mesures_techniques_de_protection/ , note du 24/12/2005.

[2] Format de diffusion vidéo en continu ne permettant pas la conservation et format de fichier vidéo standard permettant le stockage des données.

[3] « Des logiciels anticopie trop astreignants » Libération du 7 mars 2006, Christophe Alix.

[4] « Apple forcé à déverrouiller » Libération du 22 mars 2006, Christophe Alix.

Ce principe entraîne donc aussi une extension du contrôle public sur la sphère privée, tout en privatisant ce contrôle :

> *Jamais dans le droit d'auteur, il n'a été écrit que l'auteur pouvait contrôler les conditions de lecture. On en arrive à une sorte de contractualisation de l'usage privé qui était libre auparavant justement parce que privé*[1].

Nous retrouvons une sorte de volonté de préciser le cadre d'utilisation d'Internet qui est peut-être le pendant de la difficulté à contrôler les conditions d'écoute de la télévision.

Logiques industrielles contre logiques d'usage

Dans le domaine de la presse, cette loi entérinerait corrélativement le principe d'une cession automatique des droits numériques par les auteurs du fait d'une syndication de la cession de ces droits, avalisant leur dévolution de l'auteur vers l'employeur. Le SNJ-CGT a évoqué un texte « d'inspiration patronale »[2].

Une étude quantitative, publiée la veille de l'examen de la loi et financée par le Ministère de la recherche en association avec l'UFC-Que Choisir, semblait démontrer, opportunément, que le téléchargement de pair à pair n'avait aucune incidence économique, contrairement au discours des industriels[3]. Les usagers du téléchargement iraient plus au concert et au cinéma, tout en demeurant des acheteurs de produits payants, au point de constituer 68% des consommateurs dépensant plus de 200 euros par mois en CD[4]. Cette étude mettait également en avant la facilité d'acceptation, par les consommateurs, du principe d'une licence globale, les personnes interrogées dans le cadre de cette étude semblant prêtes à dépenser, à ce titre, une dizaine d'euros par mois. Cette étude soulignait, en outre, la diversité de profil des usagers qui copient et téléchargent de la musique : 88,7 % des internautes auraient déjà copié ou échangé des fichiers MP3, 66% disposeraient de copies de films en DVD ou en DivX (copies réalisées à partir d'un DVD ou à partir d'un fichier téléchargé), 55% des « copieurs de musique » auraient plus de 30 ans, un tiers plus de 50 ans[5].

---

[1] Article cité *supra*.

[2] « Loi sur le droit d'auteur : la presse également concernée » Libération, 20 décembre 2005.

[3] « Le copiage sur les réseaux P2P n'influerait pas sur les achats de CD et DVD » Libération du 20 décembre 2005. Étude menée par Fabrice Rochelandet et Fabrice Le Guel, université Paris-XI.

[4] Même étude, citée dans Télérama du 4 janvier 2006 « Le Pirate démasqué » Thomas Bécard.

[5] Télérama, article cité.

Le texte de loi, particulièrement répressif dans sa première version, reflète donc clairement les souhaits de l'industrie et des sociétés d'auteurs[1]. Il était donc déjà, en tant que tel, particulièrement controversé, puisqu'il ne correspondait qu'au point de vue et aux intérêts présupposés des acteurs économiques dominants du marché.

> *La mesure la plus controversée concerne la légalisation des mesures techniques de protection empêchant ou limitant la copie de fichiers. Leur contournement est assimilé à un délit de contrefaçon passible de 3 ans de prison et de 300.000 euros d'amende.*[2]

Or, au moment même de l'examen de la loi, des députés rapportent que des « représentants de Virgin et de la Fnac, badgés 'ministère de la Culture', font des démonstrations de sites de téléchargements payants à quelques mètres de l'hémicycle »[3]. Les députés UMP Bernard Carayon et Muriel Marland-Militello vont en réaction jusqu'à publier, dans Libération[4], une tribune où ils fustigent *une loi faite sur mesure pour des « oligopoles apôtres de l'obscurantisme technologique »*. Du fait de la maladresse des lobbyistes eux-mêmes, le débat parlementaire a donc dépassé le clivage entre majorité et opposition, s'organisant alors autour de cette dialectique entre intérêts des industriels et intérêts des usagers :

> *"Nous ne pouvons pas accepter la manière dont ce débat est organisé - le texte traîne depuis quatre ans - sous le coup de l'urgence", a affirmé le président de l'UDF, François Bayrou*
>
> *"Ce texte touche à la vie quotidienne de millions de citoyens et au-delà à la survie de notre modèle culturel", a souligné Pierre-Christophe Baguet (UDF), pour qui il y a un "risque de renforcer la domination des grands groupes".*
>
> *Christine Boutin* [(UMP, contre le texte) …] *veut "sauvegarder la copie privée, préserver la liberté et la diversité des diffuseurs, promouvoir l'accès au patrimoine culturel. "*

---

[1] La SACD, la SACEM, le BLIC, le BLOC, l'ARP, la PROCIREP, l'USPA en particulier. Voir les différents communiqués de presse des instances concernées.

[2] AFP le 21 décembre 2005. Dépêche reprise sur Yahoo Actualité : http://fr.news.yahoo.com/21122005/202/droit-auteur-les-deputes-bataillent-autour-du-projet-de-loi.html

[3] « Téléchargement d'erreurs pour le ministre » Libération du 23 décembre 2005, « Quand Donnedieu de Vabres fait la pub de Virgin et la Fnac à l'Assemblée » Libération du 20 décembre 2005, Florent Latrive.

[4] « Coup de frein sur le Net. La réforme du droit d'auteur discutée à l'Assemblée est un risque pour la diversité culturelle » dans Libération du 21 décembre 2005.

Frédéric Dutoit (PCF) s'est alarmé d'un projet "destiné à protéger les oligopoles" qui présente "les internautes comme des délinquants" et "fait du verrouillage la condition de la protection de la culture".

Martine Billard (Verts) a jugé qu'il allait "à l'encontre de l'esprit de liberté".

Le Ministre de la culture Renaud Donnedieu de Vabres a dénoncé "ceux qui se complaisent en agitant les peurs et les leurres". Il a assuré que son texte donnait "un statut à la copie privée". "Nous définissons les termes d'une sécurité juridique qui va permettre l'émergence d'une multitude d'offres légales"[1]

L'opposition parlementaire, soutenue par une part des députés de la majorité, a donc entamé une bataille de procédure. À la surprise générale, les amendements déposés par l'opposition ont été adoptés. Le clivage est apparu alors, moins sur des critères politiques que sur les moyens d'assurer le financement des œuvres et sur les façons différentes de définir leur statut. Soit qu'il s'agisse de protéger physiquement et légalement les œuvres, le marché ainsi garanti assurant leur financement, soit qu'il faille prendre acte de leur libre circulation, voire l'encourager, en assurant un mode de rémunération basé sur des prélèvements forfaitaires. À la suite d'une rencontre officielle avec les industriels[2], le Ministre de la culture s'était pourtant publiquement félicité, dans les jours qui devaient précéder sa future adoption (reportée), de l'équilibre d'un texte présenté comme une « troisième voie » entre répression et libéralisation.

Le 21 décembre, les députés votent, néanmoins, un amendement en faveur de la mise en place d'une licence globale, solution défendue par l'Adami, les associations de consommateurs et quelques syndicats d'artistes[3]. L'Adami avait déjà présenté et affiné ce projet à plusieurs reprises[4], tout en prenant position contre la « campagne indécente et insultante du SNEP »

---

[1] Dépêche citée.

[2] Le ministre de la Culture et de la Communication a tenu à s'exprimer le 21 décembre 2005, dans un entretien donné à Europe 1, sur « *l'accord* qui a été signé, [le 20 décembre 2005], entre les fournisseurs d'accès à Internet, le monde du cinéma et le monde de la télévision, [qui] est une fantastique nouvelle pour l'emploi, pour toute la filière du cinéma, parce que ce sont des investissements d'Internet vers le soutien au cinéma » (AFP).

[3] UFC – Que Choisir, CLCV, Unaf, Ligue de l'enseignement, Association des audionautes ; Adami, Spedidam, SAIF (Société de gestion de droits pour les arts visuels), Samup (Syndicat des interprètes créateurs et enseignants de la musique, de la danse et de l'art dramatique), Syndicat national des musiciens FO, Syndicat national des artistes plasticiens CGT, Union des musiciens de jazz, Union des photographes créateurs.

Voir « Une Alliance pour rémunérer les artistes sur le peer-to-peer » 01net, 3 juin 2005, Arnaud Devillard.

[4] Dossier de l'Adami récapitulant ses prises de position, ses communiqués et les tribunes publiées dans la presse par ses administrateurs :
http://www.adami.fr/portail/affiche_article.php?arti_id=188&rubr_lien_int=174 .

quand celui-ci a annoncé le dépôt de plaintes contre des internautes[1]. Elle avait également avancé une étude quantitative pour justifier de l'intérêt des internautes pour un tel système[2], lors de la précédente annonce d'examen du texte, le 31 mai 2005, pour un vote prévu à ce moment les 6 et 7 juin. Son principe aurait été de légaliser les échanges non-commerciaux d'œuvres via l'Internet entre particuliers, en contrepartie d'une redevance prélevée sur le prix de l'abonnement aux fournisseurs d'accès[3].

La Spedidam a également annoncé avoir reçu plus de 13500 signatures d'artistes-interprêtes en faveur d'une « licence globale optionnelle », tout en préservant leur anonymat pour éviter toutes « représailles » des maisons de disque. Les « majors » Universal Music, Sony-BMG, EMI et Warner ont parallèlement mis en avant leurs principaux artistes pour défendre leur position et leur hostilité vis-à-vis des amendements en faveur de la licence globale, notamment Francis Cabrel, Pascal Obispo, Jean-Louis Aubert, Matthieu Chedid, Rachid Taha, I Am ou Helène Ségara[4].

En catastrophe, le gouvernement reporte alors l'examen du texte après les vacances parlementaires, le 17 janvier 2006.

Le Ministre de la culture Renaud Donnedieu de Vabres a présenté, à la suite des Journées d'économie de la culture, création et industries culturelles à l'âge du numérique, mi-janvier 2006[5], une version modifiée du projet de loi[6] qui devait être renvoyée devant le parlement en février. Les aménagements portaient sur les aspects les plus répressifs et les plus contraignants quant aux possibilités de copies privées[7]. La sanction, en cas de contournement des systèmes *anticopie*, devrait être moins lourde que les trois ans de prison et 300 000 euros d'amende prévus dans la première version du texte, ce qui semblait effectivement disproportionné par rapport à un acte privé au préjudice économique juste indirect. Ces

---

[1] Communiqué de presse du 24 mai 2004 : http://www.adami.fr/portail/affiche_article.php?arti_id=539&rubr_lien_int=324 .

[2] Selon l'étude Ipsos citée par l'Adami, 83% seraient prêts à payer une redevance prélevée sur leur abonnement Internet pour pouvoir télécharger légalement. Voir « Poussées de lobbying avant le débat sur les droits d'auteur », 01net, 24 mai 2005, Arnaud Devillard.

[3] Définitions données dans Libération du 16 janvier 2006.

[4] « 13500 artistes en faveur de la licence globale », NouvelObs.com le 23 décembre 2005.

[5] Organisées par le département études et prospectives du Ministère de la culture et de la communication, Centre Pompidou, 12 et 13 janvier 2006.

[6] « Projet de loi DADVSI : les intentions du gouvernement s'affinent » ZD Net du 9 février 2006, Estelle Dumout.

[7] « Rattraper le ratage sur le piratage », Libération du 16 janvier 2006, Florent Latrive.

systèmes ne devraient pas non plus empêcher l'utilisateur de disposer d'un nombre limité de copies pour son usage personnel. Les infractions seraient punies de façon plus progressive, les moins graves ne relevant que d'une simple contravention forfaitaire s'il n'y avait pas de trafic avéré, à l'image d'un contrôle douanier.

La « privatisation » du contrôle d'Internet serait également abandonnée : ce pouvoir de contrôle devait être octroyé aux détenteurs de droits eux-mêmes, qu'une instance administrative à créer aurait encadré à la place de la CNIL. Ce système devait permettre la mise en place de « réponses graduées » aux infractions, allant de l'avertissement aux poursuites. Dans la nouvelle loi annoncée, les infractions relèveraient de procédures normales devant les tribunaux.

La loi maintient néanmoins le principe d'une répression par contention, pour assurer aux auteurs et aux industriels le retour sur leurs investissements, par rapport à des objets dont la dématérialisation met fin, justement, au principe de contention qui en structurait la forme et le marché. « On attendait Malraux, on a eu Maginot ! » se serait exclamé le député socialiste Christian Paul à l'assemblée, lors de la présentation du texte le 21 décembre, reprenant une expression souvent reprise par les députés à propos de cette loi[1].

Reprise du vote de la loi DADVSI

Le Ministre de la culture a finalement annoncé, le 22 février 2006, la reprise du vote de la loi à partir du 7 mars 2006 en inaugurant au Palais de Tokyo à Paris, un site intitulé « lestelechargments.com » conçu par Publicis où « artistes et internautes s'entendent sur le téléchargement »[2], dans le cadre d'une campagne destinée à faire accepter la nouvelle loi.

Cette campagne, financée en partie par la Sacem et la Sacd, s'inscrit dans la volonté du Ministre de « permettre le dialogue le plus concret, le débat le plus large, en offrant à chacun un espace de discussion», « ce site doit être un outil d'intérêt général, un outil de démocratie », ce «n'est pas un espace de propagande, il est libre et n'est au service d'aucun intérêt particulier ou corporatiste. C'est le premier site réellement pluraliste sur le sujet du téléchargement» [3]. Pourtant, la Spedidam et le collectif Alliance Public Artistes n'ont pas manqué de noter l'inanité de cette initiative et de ce site « censé donner le masque du

[1] « Téléchargement d'erreurs pour le ministre » Libération du 23 décembre 2005, Florent Latrive.

[2] « Bienvenue sur les Telechargment.com » Libération en ligne du 23 février 2006, Florent Latrive.
Reportage audio en MP3 : http://www.liberation.fr/son/fevrier06/2202rddvtokyo.mp3 .

[3] Propos rapportés dans ZD Net du 23 février 2006 « Lestelechargements.com doit encore convaincre de son utilité » Estelle Dumout.

modernisme et de la jeunesse à un projet de loi rétrograde de mise au pas des internautes, [qui] a d'ores et déjà échoué à faire illusion »[1].

Des sites parodiant cette campagne sont effectivement apparus immédiatement : 'lestelechargements.org' et 'lestelechargements.info', raillant ce « blog à 180000 euros », suivant la somme dépensée par le Ministère de la culture. Le forum a alors été réaménagé « pour épargner aux invités de se faire étriller par les visiteurs »[2].

Le vote devait avoir lieu le 14 mars 2006 après examen du 7 au 9 mars par les députés des 190 amendements déposés[3].

Pour éviter de reprendre l'examen des amendements qu'il conteste, le gouvernement a, en effet, choisi alors de retirer « purement et simplement » l'article premier de la loi, votée par les députés en décembre, qui instaurait le principe d'une licence globale. Une telle disposition est légale mais extrêmement rare, ce qui a amené un député d'opposition, Jean-Marc Ayrault, président du groupe socialiste, à dénoncer ironiquement le nouveau texte comme une « contrefaçon » ; Henri Emmanuelli, de son côté, durant le débat, a même qualifié l'article 2 « d'article après l'article qui n'existe plus »[4].

Le gouvernement est revenu deux jours après sur cette décision, réintroduisant cet article par souci de constitutionnalité, tout en attendant du parlement qu'il vote contre. Les débats sur le fond n'ont repris que le 9 mars, après les demandes de l'opposition de revenir sur la procédure d'urgence soutenues par une partie de la majorité. Une nouvelle information parlementaire pourrait ainsi être ouverte, voire le projet de loi retiré. Le Ministre de la culture a convenu, le matin du 9 mars, que, « s'il y [avait] un grand écart des positions entre le Sénat et le Parlement, le gouvernement se [montrerait] ouvert d'esprit et [pourrait] organiser des navettes supplémentaires [entre le parlement et le Sénat, à l'encontre donc de la procédure d'urgence] »[5]. Or, bien que les textes votés par les deux chambres soient très différents, le ministre a annoncé le 11 mai 2006 que la procédure suivait son cours d'urgence, le texte étant renvoyé en commission paritaire en vue de son adoption finale.

---

[1] Communiqué de la Spedidam du 23 février, cité dans l'article *supra*.

[2] « Stars à la rescousse et agit-prop sur Internet » Libération du 7 mars 2006, Florent Latrive.

[3] AFP 28 février 2005, dépêche faisant suite à la conférence des présidents de l'Assemblée.

[4] « Le téléchargement fait bouillir l'assemblée » Libération du 8 mars 2006, Christophe Alix.

[5] « Le projet DADVSI englué dans des questions de procédures », article actualisé en ligne, Zdnet du 9 mars 2006, Estelle Dumout http://www.zdnet.fr/actualites/internet/0,39020774,39329398,00.htm .

La loi a été adoptée par l'Assemblée nationale le 21 mars 2006 à la suite d'un scrutin très serré, par 286 voix pour et 193 contre[1]. Elle institue alors des amendes allant de 38 euros pour un téléchargement illégal à 300000 euros et 3 ans de prison pour commercialisation de logiciels facilitant le piratage, ce qui revient à mettre hors la loi les plates-formes d'échange pair à pair[2].

L'Adami a estimé que cette loi « sonnait le glas de la copie privée » : « Alors qu'on pouvait copier autant de fois qu'on voulait un CD, on ne disposera plus que d'un nombre limité de copies qui, pour les DVD notamment, pourra être de zéro »[3].

De l'avis des représentants d'associations de consommateurs et des défenseurs du principe d'une licence globale, les termes contradictoires de loi, pénalisant à la fois les DRM et les utilisateurs semblent la rendre totalement inapplicable, celle-ci augmentant les situations d'insécurité juridique aussi bien pour les usagers que pour les producteurs. Sa lecture au Sénat prévue en mai 2006 devait contribuer à clarifier ces points[4].

Or, le texte adopté au Sénat le 11 mai 2006 diffère du texte adopté à l'Assemblée sur la question de l'interopérabilité. Le texte avalise la création d'une Autorité de régulation des mesures de protection, composée de six membres, magistrats et « personnes qualifiées ». Seuls les éditeurs de logiciels ou les exploitants pourront la saisir. Cette Autorité devrait donc limiter l'interopérabilité, pourtant mis en avant à l'Assemblée[5].

Les Sociétés d'auteurs et de producteurs opposées à la libéralisation des échanges pair à pair ont regretté le caractère inapplicable de la loi, dénonçant l'hypocrisie d'une loi affichée comme répressive mais formulée sciemment dans des termes inapplicables, ce qui reviendrait donc à dépénaliser ces échanges tout en affirmant le contraire :

> *Les organisations professionnelles du cinéma et de l'audiovisuel font état de leur profonde déception et de leur grande inquiétude à l'égard de la teneur du projet de loi sur les Droits d'Auteur et les Droits Voisins dans la Société de l'Information, tel qu'il vient d'être adopté par le Sénat.* […] *:*
>
> - *en vidant de son sens lors des débats le concept de diversité culturelle,*

---

[1] « Vote du projet droit d'auteur après un incroyable feuilleton parlementaire » AFP Paris 21 mars 2006.

[2] « Le peer-to-peer mis à l'amende à l'assemblée » Libération du 17 mars 2006, Christophe Alix.

[3] Communiqué du 21 mars 2006, repris par AFP.

[4] « Droit d'auteur : les députés corrigent les copieurs » Libération du 22 mars 2006, Christophe Alix.

[5] « Le sénat amende et adopte le projet de loi » Le Monde du 11 mai 2006, Nicole Vulser.

- *en refusant de défendre les solutions raisonnables et adaptées proposées par les organisations professionnelles du cinéma et l'audiovisuel aux fins d'assurer une application réelle de la loi,*
- *en organisant sciemment – au delà des discours et des affichages de principe – la dépénalisation de fait des échanges illicites d'œuvres protégées sur internet,*
- *en ignorant les engagements pris publiquement envers le cinéma et l'audiovisuel français,*

le gouvernement a porté un coup sévère à la légitime protection dont la création cinématographique et audiovisuelle françaises doit bénéficier dans l'environnement numérique. Par là même, il a pris une large responsabilité dans l'affaiblissement durable de l'image de la France dans le monde en tant que pays défenseur de la propriété littéraire et artistique. Les organisations professionnelles du cinéma et de l'audiovisuel, dans le cadre de la finalisation du présent processus législatif, en appellent donc à la responsabilité des parlementaires, pour que la Commission Mixte Paritaire qui sera amenée à entériner ce projet de loi ne soit pas l'occasion d'affaiblir encore plus la protection de la création dans l'environnement numérique.[1]

La SACD s'est déclaré finalement satisfaite, après la réintroduction dans le texte final de la loi des mesures et des limites à l'exercice du droit de copie qu'elle prônait[2].

---

[1] Communiqué du 15 mai 2006 publié conjointement par les organisations suivantes : ARP Société civile des Auteurs Réalisateurs Producteurs ; BLIC Bureau de Liaison de l'Industrie Cinématographique (API Association des Producteurs Indépendants, FNDF Fédération Nationale des Distributeurs de Films, FICAM Fédération des Industries du Cinéma, de l'Audiovisuel et du Multimédia, FNCF Fédération Nationale des Cinémas Français, SEV Syndicat de l'Édition Vidéo) ; BLOC Bureau de Liaison des Organisations du Cinéma (CSPF Chambre Syndicale des Producteurs de Films, DIRE Distributeurs Indépendants Réunis Européens, GNCR Groupement National des Cinémas de Recherche, SDI Syndicat des Distributeurs Indépendants, SFAAL Syndicat Français des Agents Artistiques et Littéraires de l'Audiovisuel et du Spectacle Vivant Dramatique, SFA-CGT Syndicat Français des Artistes, SNAC Syndicat National des Auteurs et des Compositeurs, SNTPCT Syndicat National des Techniciens de la Production Cinématographique et Télévisuelle, SNTR Syndicat National des Techniciens et Réalisateurs, SPFA Syndicat des Producteurs de Films d'Animation, SPI Syndicat des producteurs Indépendants, SRF Société des Réalisateurs de Films, UNEVI Union de l'Édition Vidéographique Indépendante, UPF Union des Producteurs de Films) ; SACD Société des Auteurs et Compositeurs Dramatiques ; PROCIREP Société des Producteurs de Cinéma et de Télévision ; USPA Union Syndicale de la Production Audiovisuelle ; ALPA Association de Lutte contre la Piraterie Audiovisuelle.

[2] La loi sur le droit d'auteur et les droits voisins dans la société de l'information, votée à l'Assemblée nationale le 21 mars, est votée par le Sénat le 10 mai, examinée par la Commission Mixte Paritaire, puis adoptée par le parlement le 30 juin 2006. Le texte de loi est publié au Journal Officiel le 3 août 2006.

Voir la chronologie proposée par la SACD : http://www.sacd.fr/actus/positions/2005/dadvsi.asp .

La licence globale

Une question importante, par rapport à la licence globale, est pourtant de savoir si elle n'existe pas déjà dans les faits, position soutenue par les associations de consommateurs :

> *L'UFC-Que Choisir, la CLCV (Consommation, Logement et Cadre de Vie) et l'Unaf (Union nationale des associations familiales) demandent que « la rémunération pour copie privée appliquée sur les supports vierges d'enregistrement (CD, DVD, baladeurs numériques, décodeurs numériques...) » soit revue à la baisse.*
>
> *« Jusqu'à présent, cette rémunération de 174 millions d'euros en 2005, déterminée à partir des pratiques de copies, prenait en compte toutes les sources de copies, les téléchargements faits à partir des réseaux Internet en représentant une très large part »*[1]*, soulignent les associations dans un communiqué commun. «Si des amendes doivent maintenant être infligées aux internautes [qui téléchargent], (...) ces pratiques doivent très rapidement être exclues de la rémunération. »*[2]

Christian Paul a défendu le principe d'une licence globale[3]. Il a en particulier évoqué le refus, par le gouvernement, d'ouvrir une mission d'information parlementaire sur le sujet en décembre 2004 comme une des causes de la fronde parlementaire ; le Ministre de la culture a confirmé ces propos, en annonçant, début janvier 2006, l'ouverture d'une concertation et en présentant sa volonté de rencontrer tous les acteurs du débat, ce qui n'avait pas été fait auparavant.

La notion de licence globale correspond à la mise en place d'un mécanisme public de compensation des manques à gagner, pour l'industrie et les auteurs, du fait d'un usage élargi de la copie privée. Ce principe a été mis en place par rapport au livre et aux photocopies, les bibliothèques et les universités devant, par exemple, payer à ce titre une somme reversée aux sociétés d'auteurs. Il a été étendu ensuite aux supports vidéo[4].

---

[1] *Estimée à 80 % sur certains supports comme le DVD vierge ou les baladeurs numériques* suivant le communiqué, source originale *infra*.

[2] « Copie privée : l'UFC et Cie exigent une baisse de la redevance sur les supports numériques », Zdnet le 8 mars 2006, rédaction.

Communiqué des associations de consommateurs daté du 8 mars 2006 : http://www.quechoisir.org/Position.jsp;jsessionid=753C1E7C35380AC933C9F8BF97FD73E5.tomcat-21?id=Ressources:Positions:19C668312B22C350C125712B005721EC&catcss=IMA101

[3] « Nous ne sommes pas les apôtres de la gratuité » Libération du 23 décembre 2005, Christophe Alix.

[4] « Il faut apprivoiser la gratuité sur Internet » entretien avec Joëlle Farchy, Libération du 28 mai 2005, Florent Latrive. « Pirater, c'est aussi consommer » par Joëlle Farchy, Libération du 16 juin 2004 et « Droits d'auteur : la licence globale en gestation » Libération du 6 janvier 2006.

L'amendement déposé par les députés et les positions de Christian Paul ne concernent que le téléchargement de musique, tandis que les associations de consommateurs souhaiteraient voir ce système étendu à l'ensemble des contenus numérisés.

Dans le cas d'Internet, Joëlle Farchy souligne qu'il y a une pluralité d'usages, difficiles à intégrer dans un seul système de rémunération, certains acteurs profitant du téléchargement, comme les opérateurs qui vendent les abonnements ou les plates-formes de téléchargement financées par la publicité, et ne reversant pas forcément quelque chose aux auteurs. Par ailleurs, disques et *dvd* ou bons de téléchargement sont parfois proposés gratuitement à titre de produits d'appel. Justement, les députés ont été la cible de telles offres, lors de l'examen du projet de loi sur les stands installés par les lobbyistes. La gratuité de la télévision renvoie, quant à elle, à des financements moins apparents qu'un achat direct, qu'il s'agisse de payer la redevance ou de vendre la présence hypothétique d'un nombre et d'un type de téléspectateurs supposés présents en fonction des règles de mesure du marché, à des annonceurs ou à leurs centrales.

La rémunération de la copie

D'autre part, il ne suffit pas de voter le principe de la licence globale, il faut encore en négocier les attributions et la répartition des rémunérations[1] :

> *Tous les points actuellement obscurs resteraient à négocier : types de contenus concernés, montant de rémunération adéquate, assiette de la rémunération (les abonnements haut débit comme suggéré par la proposition actuelle ou le matériel, le trafic montant...), modes de répartition entre les ayants droit, importance des frais de gestion du système et, compatibilité avec les engagements juridiques internationaux de la France.*

Effectivement, la répartition des revenus issus de la rémunération pour copie privée est déjà assez complexe et opaque, impliquant les sociétés d'auteurs, une commission paritaire indépendante et des sociétés intermédiaires, tout en se basant sur les données d'audience du

---

Voir également de Joëlle Farchy « Le contournement du droit d'auteur dans l'univers numérique, quelles solutions économiques ? » dans *Questions de communication*, n°5, 2004 et *Internet et le droit d'auteur : la culture Napster*, CNRS, Paris 2004.

[1] Article cité du 6 janvier 2006.

marché. Voici le résumé de principe qu'en donne la SACD sur son site Internet[1] et dans ses brochures :

> *La loi du 4 juillet 1985 a instauré une rémunération pour copie privée au bénéfice des auteurs, producteurs et artistes-interprètes d'œuvres fixées sur des phonogrammes ou des vidéogrammes ayant fait l'objet de copies à usage privé.*
>
> *Cette rémunération, contrepartie du droit accordé aux particuliers d'enregistrer les œuvres protégées, est attachée à tous les supports permettant l'enregistrement d'œuvres par les particuliers. Initialement appliquée aux supports analogiques, seuls présents sur le marché (cassettes sonores ou cassettes VHS), la rémunération pour copie privée a été étendue depuis début 2001 aux supports numériques amovibles (CD ou DVD) ou intégrés dans des appareils tels que les baladeurs, les décodeurs ou les téléviseurs qui, équipés d'un disque dur offrent une fonctionnalité analogue à celle du magnétophone ou du magnétoscope.*
>
> *La loi prévoit que la rémunération pour copie privée doit être déterminée par une Commission indépendante, composée paritairement de représentants des ayants-droit, des consommateurs et des fabricants et importateurs de supports.*
>
> *Les rémunérations perçues par deux Sociétés SORECOP et COPIEFRANCE auprès des fabricants et importateurs de supports sont ventilées entre les différents collèges d'ayants droit selon des clés définies par la loi :*
>
> > *Pour la copie privée sonore : Auteurs 50% / Artistes-interprètes 25% / Producteurs 25%.*
> >
> > *Pour la copie privée audiovisuelle : Auteurs 1/3 / Artistes-interprètes 1/3 / Producteurs 1/3*
>
> *Les sommes ainsi perçues doivent être affectées à hauteur de 25 % à des actions d'aide à la création, à la diffusion du spectacle vivant et à des actions de formation des artistes. Les 75 % restant doivent être répartis entre les ayants droit à raison des enregistrements dont chaque œuvre fait l'objet, cette information provenant des mesures opérées par MEDIAMETRIE. La loi du 17 juillet 2001 a étendu la rémunération pour copie privée aux auteurs et éditeurs d'œuvres écrites et d'images fixes désormais susceptibles d'être reproduites sur des supports numériques.*

Le principe d'une taxation des supports vierges implique, d'autre part, une répression des trafics que ce surcoût ne peut manquer d'engendrer *: lundi* [6 mars 2006] *vers 18 heures, 180*

[1] Glossaire proposé par la SACD : http://www.sacd.fr/parcours/vous/index_glossaire.asp.

gendarmes ont investi simultanément 14 magasins qui revendaient les «galettes» vierges autour de 25 centimes d'euro pièce, soit près de deux fois moins que le coût de la taxe dont ils sont censés s'acquitter au titre de la TVA et des droits sur la copie privée (42 centimes pour un CD et près de 50 pour un DVD)[1].

Un précédent, la rémunération du prêt en bibliothèque

Un inconvénient du dispositif de licence forfaitaire est que les consommateurs qui utilisent les supports vierges pour leurs propres créations ou pour d'autres usages paient une redevance indue.

D'autre part, l'établissement de la mesure qui décidera de la répartition entre les différents auteurs, à partir de prélèvements forfaitaires, est facilement contestable : dans le cas du téléchargement de pair à pair, cette répartition sera-t-elle établie, comme pour le livre et la vidéo, à partir des volumes d'achat des supports originaux et de présomptions d'audience ? Pourtant, rien n'implique que consommation payante et reproduction privée soient systématiquement proportionnelles. Cette logique amène également à restreindre l'accès à cette rémunération aux auteurs enregistrés par les sociétés de gestion de droits, donc à projeter sur ce marché dématérialisé les règles du marché des biens culturels reproduits sur des supports matériels.

Or, le principe de citation et de reproduction est au cœur de tout usage méta-discursif d'un texte ou d'une œuvre ; il paraît difficile de réduire la consommation de biens culturels à une pratique passive. Tous ces usages gratuits, au sens où ils ne donnent pas lieu à une rétribution spécifique des producteurs de biens culturels, ont déjà fait l'objet de leur part d'actions de lobbying parfois forcenées, visant à les limiter ou à leur assurer une rémunération supplémentaire.

Dans le secteur de l'édition, ils ont ainsi obtenu la modification du code de la propriété intellectuelle par la loi 2003-517 du 18 juin 2003 relative à la rémunération au titre du prêt en bibliothèque et renforçant la protection sociale des auteurs. Cette loi a institué une forme de licence globale pour le prêt en bibliothèque[2], alimentée par un fonds provenant de contributions de l'État et des libraires, au prorata des achats de livres. Une société de gestion collective, la SOFIA (société française des intérêts des auteurs de l'écrit), créée en 1999 par la

[1] « Descente monstre sur les CD discount » Libération du 8 mars 2006, Ludovic Blecher.

[2] Présentation de la loi sur le site du Ministère de la culture : http://www.culture.gouv.fr/culture/dll/droit-pret/texte_loi.html .

Société des Gens de Lettres, rejointe en 2000 par le Syndicat National de l'Édition, a été agrée pour en assurer la gestion[1], en collaboration avec le Centre français du droit de copie. La transposition d'une directive européenne datant de 1992, spécifiant que le droit d'autoriser ou d'interdire le prêt constitue un droit exclusif de l'auteur[2] avait justifié l'adoption de cette loi.

Or, cette directive, qui s'inspirait elle-même du droit français, n'avait, de l'avis des gouvernements précédents, pas besoin d'être transposée[3]. Elle prévoyait même des exceptions pour le prêt public[4]. Qui plus est, aucune donnée statistique n'indiquait que les auteurs étaient lésés en quoi que ce soit, l'augmentation des achats par les bibliothèques contribuant, au contraire, à compenser l'incidence sur le marché de la baisse de la lecture[5]. Face à la pression des éditeurs et de la SGL, le Ministre de la culture et de la communication a, néanmoins, confié, en décembre 1997, à Jean-Marie Borzeix une mission de concertation et de réflexion, conclue par un rapport, remis en juillet 1998, *qui préconisait la mise en place d'une rémunération financée en priorité par les usagers des bibliothèques par le biais d'une contribution forfaitaire et répartie entre les auteurs en fonction des achats réalisés par les bibliothèques*[6]. Les divergences d'intérêt et les polémiques qui s'en suivirent entre les auteurs retardèrent encore de plusieurs années l'adoption de cette loi, période que le ministère a pudiquement appelé rétrospectivement « moments de concertations ».

Dans le cas de la loi DADVSI une grande partie de l'hostilité au projet gouvernemental a bien été due à l'absence de garanties quant aux exceptions au droit d'auteurs précédemment reconnues, en particulier le droit de citation à titre de recherche ou de travail pédagogique, et le droit de copie et de conservation pour les revues de presse diffusées par les centres de documentation. Les associations professionnelles de bibliothécaires, d'archivistes et de

---

[1] Par un arrêté du 7 mars 2005. Communiqué de presse de la Sofia : http://www.la-sofia.org/impr-article-dist.php3?id_article=1 .

[2] Directive européenne n° 92/100/CEE du 19 novembre 1992 relative au droit de location et de prêt et à certains droits voisins du droit d'auteur dans le domaine de la propriété intellectuelle.

[3] Projet de loi relatif à la rémunération au titre du prêt en bibliothèque et renforçant la protection sociale des auteurs, Rapport n° 1 (2002-2003) de Daniel Eckenspieller, fait au nom de la commission des affaires culturelles du Sénat, déposé le 2 octobre 2002 : http://www.senat.fr/rap/l02-001/l02-001.html .

[4] Son article 5 dispose que « les États membres peuvent déroger au droit exclusif (d'autoriser ou d'interdire) pour le prêt public, à condition que les auteurs au moins obtiennent une rémunération au titre de ce prêt », « qu'ils ont la faculté de fixer cette rémunération en tenant compte de leurs objectifs de promotion culturelle » et que « les États peuvent exempter certaines catégories d'établissements du paiement de la rémunération ». Rapport législatif cité *supra*.

[5] Rapport cité, chapitre I. partie A. « Le développement de la lecture publique ».

[6] *Ibidem*, partie B. « Un droit formel ».

documentalistes[1] ainsi que la Conférence des présidents d'université se sont élevées contre le projet de loi[2]. Une pétition électronique a été mise en place à cet effet le 1er mars 2005[3].

Une exception au droit d'auteur pour l'enseignement et la recherche, dite « exception pédagogique », a été intégrée au texte adopté au Sénat le 11 mai 2006[4].

Le problème des revues de presse se pose également, avec des enjeux économiques importants, dans le cas des *agrégateurs d'information* sur Internet. Ces *cyberrevues de presse* compilent en effet différentes sources, souvent sans demander leur autorisation aux ayants-droits, sans leur reverser de rémunération et parfois sans citer la totalité des crédits, en particulier dans le cas des crédits photos. Elles peuvent être diffusées sous forme de courriel ou de page web. Il s'agit le plus souvent de courriels quotidiens ou hebdomadaires présentant les titres principaux dans un domaine spécialisé ou un secteur économique précis, un lien permettant d'accéder aux articles complets. Ils peuvent relever d'initiatives personnelles ou être issus d'organismes de veille, payants ou rémunérés par la publicité et par des renvois vers des sites marchands.

Ces revues de presse font partie des éléments d'appel des portails : elles sont présentées de façon thématique et offrent parfois la possibilité de s'abonner pour recevoir, par courriel de façon personnalisée, les principaux titres correspondant à un sujet précis, ce qui permet à leur éditeur de disposer en retour d'informations sur la demande des internautes.

En France, Yahoo, MSN, Wanadoo et Voilà ont passé des accords formels avec des agences de presse, en particulier l'AFP, AP ou Reuters pour reprendre leurs dépêches et les rémunérer. Google News, le plus important de ces services, a cependant refusé de payer en contrepartie du référencement des dépêches de l'AFP, arguant d'un principe suivant lequel chacun d'eux profiterait du savoir-faire particulier de l'autre en accroissant réciproquement sa notoriété.

---

[1] L'AAF, L'ABF, l'ACB, l'ACIM, l'ADBDP, l'ADBGV, l'ADBS, L'ADBU, l'ADDNB, l'AIBM, la FFCB et l'APRONET.

[2] « Quatre façons d'aborder le piratage » Libération du 20 décembre 2005, Florent Latrive et Ange-Dominique Bouzet.

[3] Texte de revendication et pétition électronique sur : http://www.droitauteur.levillage.org/ .

[4] Amendement n°10 rectifié *bis* modifiant l'article L. 211-3 du code de la propriété intellectuelle :
La représentation ou la reproduction de courtes œuvres ou d'extraits d'œuvre, autres que des œuvres elles-mêmes conçues à des fins pédagogiques, à des fins exclusives d'illustration ou d'analyse dans le cadre de l'enseignement et de la recherche, à l'exclusion de toute activité ludique ou récréative, et sous réserve que le public auquel elles sont destinées soit strictement circonscrit à un cercle composé majoritairement d'élèves, d'étudiants, d'enseignants et de chercheurs directement concernés, que leur utilisation ne donne lieu à aucune exploitation commerciale, et qu'elle soit compensée par une rémunération négociée sur une base forfaitaire.
Compte rendu de séance : http://www.senat.fr/seances/s200605/s20060509/s20060509010.html#R2 .

Devant cette fin de non recevoir, l'AFP a entamé des poursuites judiciaires, en février 2005 en France, et en mars 2005 aux Etats-Unis, pour violation du copyright, la première décision de la cour fédérale de Washington par rapport aux reprises des titres étant attendue en mars 2006[1].

Aux États-Unis, l'AFP ne poursuit pas seulement Google pour la reproduction formelle de ses titres ou de ses dépêches, mais également pour la reproduction des contenus, ce qui semblerait plus difficile en droit français, celui-ci reconnaissant, *a priori*, l'originalité des formes mais pas celle des idées : « il y aura quatre décisions de justice pour autant de motifs : contrefaçon des titres, des premières lignes des articles, des photos, et utilisation de nouvelles fraîches et inédites, ce qui constitue le "fonds de commerce de l'AFP", selon Axelle Bloch [service juridique de l'AFP] »[2].

Le moteur avait déjà accepté de dé-référencer les titres de la presse régionale à la suite d'une procédure initiée par son syndicat, le SPQR. L'agence allemande DPA a également gagné un procès contre Google en 2003, par rapport aux photographies qu'elle diffuse.

Le problème est donc, à la fois, une question d'attribution et de qualification des informations et une question de rémunération, les recettes publicitaires que Google[3] parvient à générer en reprenant des dépêches de presse attirant aussi la convoitise dans un secteur qui connaît des crises structurelles.

Le statut économique et symbolique des auteurs et des artistes a peu été interrogé durant ces polémiques. Or, au-delà de la cristallisation de l'opposition entre art et industrie qui ne fait que renvoyer à la définition romantique de l'art, la question du statut social des créateurs et de leur mode de financement demeure ouverte : le principe du droit d'auteur entérine, en particulier, le fait que la création soit, pour l'essentiel, financée sur les fonds propres de l'auteur, pour une rémunération à venir en fonction de son impact sur le marché des biens culturels. De facto, ce principe revient à réserver l'accès à la création aux plus riches, tout en

---

[1] « L'AFP réclame des millions au moteur américain » & « La presse envoie sa facture à Google » Libération du 14 février 2006, Laurent Gueunneugues.

[2] Propos rapportés dans l'article cité *supra*.

[3] *Le chiffre d'affaires de Google a effectivement de quoi aiguiser bien des appétits : 6,14 milliards de dollars, rien qu'en 2005. Un chiffre qui a pris la bonne habitude de doubler chaque année. Avec 13 millions de visiteurs chaque mois, Google s'accapare 80 % des recherches des internautes français. Des années-lumière devant ses poursuivants Yahoo et Voila, qui plafonnent autour de 6 % chacun. Google n'est pas du genre partageur*. Article cité *supra*.

préservant la fiction de l'artiste désintéressé, érigée en habitus[1]. Le marché concurrentiel se double, en outre, de marchés subventionnés et préservés, sur des critères qui renvoient aux jugements de goût de la classe dominante et donc à l'échelle des apprentissages scolaires. Ce marché pourra être aussi un lieu d'affrontement entre ceux qui prétendent à la domination politique, financière ou culturelle, qui chercheront à imposer des goûts qui peuvent être différents [2] : les sociétés d'auteurs occupent donc bien un rôle stratégique dans ces redistributions.

Solutions alternatives

Il existe pourtant des solutions alternatives en matière de gestion de droits, basées sur des formes d'autocontrôle ou de rémunération volontaire. Par exemple, la licence Creative Commons, promue par Lawrence Lessig depuis 2001[3]. Son principe est de « mettre à la disposition des artistes, comme des créateurs de logiciels, un système souple de protection, permettant à chaque auteur de définir lui-même les règles d'usage qu'il considère acceptables »[4]. Il défend, en particulier, l'idée qu'un contrôle exagéré d'Internet et de la gestion des droits d'auteur aurait un effet stérilisant sur la créativité, que la relative absence de contrainte initiale du réseau a permis de développer.

Un des principaux reproches que l'on peut faire à la loi DADVSI est de légaliser et d'encourager des dispositifs de contrôle sans contrepartie pour le consommateur. Un des principaux succès sur Internet concerne des plates-formes où les utilisateurs peuvent accéder à des contenus ou des services gratuits, en contrepartie du recueil de données sur leurs usages qui pourront être exploitées par d'autres sociétés[5].

Or, on pourrait imaginer l'application au *peer to peer* des principes qui font le succès des offres « de consommateur à consommateur », pour amener le partage gratuit dans une dimension marchande. Par exemple, un système de partage, basé sur le principe d'*e-donkey*, pourrait donner lieu à une rémunération des usagers qui mettent leurs fichiers à disposition,

---

[1] Voir schéma « échelles culturelles » page 96.

[2] Voir Thomas Paris « Droit d'auteur sur le Net : un devoir de modestie », Libération du 11 février 2006,
Le Droit d'auteur : l'idéologie et le système , PUF, Sciences sociales et société, Paris 2002
La Libération audiovisuelle - Enjeux technologiques, économiques et réglementaires, Dalloz, Paris 2004.

[3] Lawrence Lessig *L'Avenir des idées. Le sort des biens communs à l'heure des réseaux numériques* PUL, Lyon 2005.

[4] « Droits d'auteurs, l'avenir en réseau » Libération du 14 janvier 2006, Frédérique Roussel.

[5] Voir « Le Droit d'inventivité. Pour sortir le droit d'auteur de l'impasse, il faut explorer de nouvelles voies » Libération du 23 janvier 2006, Alain Rallet et Fabrice Rochelandet.

rémunération sur laquelle serait prélevée une part, redistribuée aux ayants droit ; le travail d'édition technique (numérisation et conformation des fichiers) et critique (indications des titres, des dates, des éditions successives d'un morceau... intégrées dans les descripteurs du fichier) apporté par les usagers, se retrouverait au centre de cette économie. Les producteurs ou les auteurs qui mettraient directement en ligne leurs produits seraient, sur ce principe, d'autant mieux rémunérés qu'ils auraient pris en charge ce travail d'édition, tout en étant soumis à la concurrence générale.

E-donkey et les logiciels apparentés utilisent, en effet, un système de « points » permettant au internautes qui mettent beaucoup de fichiers en ligne, de télécharger plus vite, en retour, les programmes qu'ils recherchent : rien n'interdit d'imaginer un système, inspiré de ce principe, qui permette de convertir des « points » de ce type en unités monétaires.

Les consommateurs pourraient accepter d'autant plus facilement le reversement aux ayants droit, qu'ils seraient eux-mêmes rémunérés ; les ayants droit gagneraient à voir leurs œuvres diffusées le plus possible. Pour les consommateurs qui téléchargent autant qu'ils offrent, le système serait à solde nul.

Espaces normatifs

Œuvres écrites, œuvres audiovisuelles ou musicales peuvent techniquement être détournées, modifiées ou échangées par chacun : la logique contributive du développement des logiciels[1] s'imposerait donc à l'ensemble de la production culturelle, dès lors qu'elle repose sur les mêmes formes informatiques et les mêmes canaux de transmission. Cette logique ne s'inscrit pourtant pas forcément dans un cadre contributif : ces cadres militants se sont développés, dans le cas de l'informatique, pour s'opposer à des monopoles de fait, basés sur l'incompatibilité entre systèmes concurrents.

L'acceptabilité d'une lecture renvoie elle-même au contexte institutionnel qui en détermine la sanction, d'où l'enjeu des cadres légaux pour poser ce type de limites.

En reprenant les schémas proposés par Habermas et Musso, nous avons voulu voir, d'une part, si les politiques d'intégration pouvaient gagner en lisibilité en étant présentées ainsi et, d'autre part, tenter de présenter synthétiquement les conséquences de notre hypothèse

[1] La plupart des logiciels sont basés sur des reprises de parties de codes et des ajouts par rapport à des logiciels préexistants. Dans le cas des logiciels « libres », ces différentes contributions sont assumées gratuitement, contre la simple mention des contributeurs, l'ensemble du code source étant disponible.

reprenant celle d'Habermas suivant laquelle nous assisterions à une évolution, amenant chacun de ces espaces à fonctionner de façon de plus en plus autonome. Le schéma suivant n'est donc pas tant destiné à présenter des stratégies concurrentielles, qu'à présenter et éprouver nos hypothèses.

Sur la période considérée, la rentabilité du groupe Fininvest serait, en l'occurrence, passée de 4 à 20%, après un recentrement de l'activité du groupe sur la communication et la cession de la plupart de ses activités immobilières : ses alliances lui ont également permis, dans un premier temps, de contrer les ambitions de Rupert Murdoch en Italie, avant qu'ils ne s'allient.

L'investissement dans Internet procède, par contre, au départ, d'un pari risqué : transformer une activité d'amateurs pionniers en activité économique rentable. Or, la rentabilité implique soit que les coûts des contenus soient faibles (au mieux, les internautes les apportent eux-mêmes[1]), soit de disposer de ressources indirectes : publicité, vente par correspondance ou produits dérivés, le paiement direct, nous l'avons vu, demeurant marginal[2].

Recombinaison de codes

Chacune de ces modalités de développement peut également être caractérisée par les discours ou les approches critiques qui les dénoncent : les situationnistes prônaient ainsi le détournement de l'ensemble des codes de la société de masse, de la publicité en particulier, et leur réappropriation par chacun.

Il nous semble, également, que les principales critiques des industries culturelles font précisément grief, au processus d'industrialisation de la production symbolique, d'avoir associé la production culturelle avec les espaces marchands, même si la production culturelle n'a, sans doute, jamais pu exister sans commanditaires et sans marché[3].

---

[1] Ce qui est le cas des blogs ou des sites de rencontre par exemple.

[2] Il n'est pas aussi marginal dans le cas de la télévision : si la diffusion à la demande a eu du mal à s'imposer en France, la vente d'abonnement représente une ressource considérable.

[3] Voir Raymonde Moulin *Le Marché de la peinture en France* Minuit Paris 1967 ; *L'Artiste, l'institution et le marché* Flammarion, Paris 1999 ; *Sociologie de* l'art L'Harmattan, Paris 2000 ; *Le Marché de l'art : mondialisation et nouvelles technologies,* Flammarion, Paris 2003.

Voir également pour la description du marché de l'art à la Renaissance *Les Vies des meilleurs peintres, sculpteurs et architectes* de Giorgio Vasari, Florence, 1550, 1568 ; réédité chez Berger-Levrault, Paris, par André Chastel, 1989.

Les utopies de partage du savoir, d'échange gratuit de contenus dénoncent, pour leur part, le rôle régulateur de l'État et l'encadrement juridique de la propriété intellectuelle : *hackers* ou *hacktivistes*, les pirates informatiques peuvent justifier politiquement leur action[1].

Ces approches critiques peuvent donc contribuer à l'identification des processus de détermination normative qui nous préoccupent. Il est néanmoins possible de les critiquer elles-mêmes en analysant leur dimension militante comme une lutte pour occuper une place dans le champ de la production culturelle : elles correspondraient alors à autant de *postures* se situant dans les échelles de valeur qui déterminent la légitimité des pratiques culturelles[2].

Nous nous intéresserons donc, en particulier, aux conditions de « recombinaison » des signes que nous pourrions observer dans les émissions de télévision, et à leur statut culturel, avant de reprendre cette question par rapport au développement d'Internet.

[1] Voir les rencontres Hacktion ! présentées par Laurence Allard et Olivier Blondeau, le 15 janvier 2006, à Beaubourg, dans le cadre de la Revue parlée. Il y est fait référence aux *Blogs médiactivistes*, aux *PolicalGames*, aux *Geotaggeurs*, aux *Licences CreativeCommons*.

[2] Voir schéma page 96.

Espaces normatifs déterminants

Symbolique(s)	Marchand(s)	Politique(s)
niveau socio-culturel	niveau économique	niveau administratif
média	entreprise	État
Gratuit	Marge économique, retour financier, rentabilité	Accès au capital par redistribution des prélèvements publics ou privés (banques), Autorisation d'exercice de l'activité
Production de biens symboliques	Production de biens	Validation de normes & de positions
Interprétés, réutilisés, recombinés, améliorés par les usagers	**Produits dérivés**	**Contrôle stratégique**
Usage : recombinaison de codes	Berlusconi	*Exercé par le biais d'intermédiaires (fonctionnaires, personnel politique)* *Si perte des intermédiaires : En prendre le contrôle tactique*
Espace d'amateurs, Non rémunérés	Messier	
Virtuosité à fond perdu en dehors de la valorisation symbolique liée à la position dans un collectif		Vaches à lait : espaces marchands garantis par le politique
Capital culturel	Capital financier	Capital relationnel

Renforcement de la séparation de ces espaces

Critique situationniste	*Critique des industries culturelles*	*Utopies de partage du savoir*

Echelles culturelles

Le schéma suivant nous permettra de résumer les principaux critères qui définiraient, de façon différentielle, haute culture et basse culture, la télévision, comme produit collectif, relevant *a priori* de celle-ci. Or, les caractéristiques de l'énonciation sur Internet renvoient à des formes de compétence et d'implication qui relèveraient plutôt des traits de la culture savante, ce qui ne peut manquer de produire des conflits de légitimation. Faire ressortir le caractère immature ou illégal des usages d'Internet irait bien dans le sens d'un déni de sa légitimité.

Aux différents traits renvoyant aux *habitus*, nous avons fait correspondre les aspects formels, économiques et sociaux afférents. Les termes entre guillemets, comme « le réalisme », ne sont donc pas ici entendus comme des notions esthétiques à interroger, mais, uniquement, comme des termes occurrents pour caractériser ces produits dans l'espace que nous étudions.

Ce schéma nous permet également de faire apparaître l'importance de la dimension énonciative : la qualification culturelle des énoncés est, en effet, liée notamment aux formes d'inscription de l'énonciation.

Dans le cas de la télévision, l'enjeu énonciatif pour les intervenants sera donc double : marquer une inscription dans une échelle distributive des différents statuts culturels et imposer son discours, ou du moins sa présence, comme locuteur dans les espaces ainsi concédés.

L'inscription des énoncés sur Internet suivra des règles forcément différentes, puisqu'il s'agira d'anticiper les critères de recherche des usagers, pour imposer son discours ou sa présence de la façon la plus systématique possible.

Nous préciserons donc ensuite les particularités énonciatives respectives de la télévision et d'Internet.

« forme savante »
• non-narrative ➡ *forme marquée*
• « **abstraite** »

MOTIVATION AFFICHÉE
Le désintéressement

Émetteur : un **auteur**
Visée : s'exprimer
➘ Retour symbolique

▶Implication intellectuelle du spectateur
➢ *Reproduction de l'apprentissage scolaire*

Sur-inscription de l'énonciateur

Cohérence inter-textuelle
(référence à d'autres textes)

▶Effet de distanciation

Forme de compétence scolaire:
Savoir comprendre une structure sous différentes formes
➔ Relier un texte à d'autres textes
➘ Compétence d'encadrement

Public restreint
• spectateur ≈ producteur
✓ mise en scène de processus de validation et d'autorité

Haute culture

Basse culture

Forme de compétence industrielle:
Voir souvent la même forme pour en comprendre la structure➔ Identifications répétitives
➘ Compétence 'ouvrière' (tâche répétitive et spécialisée)

Public le plus large possible
• irréductible au producteur
✓ mise en scène de processus d'interactivité et de réversibilité

Émetteur : un **collectif**
Visée : plaire au public
➘ Retour financier

MOTIVATION AFFICHÉE
L'intérêt

▶ Effet d'immersion

Opacité de l'énonciateur

Cohérence intra-textuelle
(cohérence diégétique)

« histoire simple »
• narrativité ➡ *transparence*
• « **réaliste** »

▶Implication corporelle du spectateur
➢ *Reproduction de l'apprentissage industriel*

2. Dimension énonciative

La question de l'énonciation à la télévision est un point central de la plupart des analyses de la construction du discours télévisuel. Il ne s'agit pas, ici, de reprendre tous les cas de figure envisageables, mais de préciser, à partir d'exemples, les particularités formelles qui permettront de distinguer, à la fois, les effets de continuité et les différences fondamentales entre télévision, Internet et médias convergents.

Matrices d'engendrement de la parole

La notion de dispositif télévisuel est très régulièrement évoquée et utilisée, par la quasi-totalité des chercheurs. Il semble bien s'agir d'un biais descriptif indispensable.

Or, ce terme est en premier lieu utilisé par les producteurs.

Dans le cadre d'un discours extérieur à ce champ professionnel, il s'agit de signifier l'intention d'opérer une lecture formalisée de la disposition ou de l'agencement des émissions, mise en œuvre par les producteurs suivant leur intentionnalité propre, pour l'objectiver.

Un dispositif peut être vu comme un ensemble de moyens destinés à permettre une performance particulière, une émission de télévision : la première fonction du dispositif est d'assurer la distribution des rôles, de la rendre lisible, à la fois par les participants pour qu'ils s'y soumettent (c'est aussi le rôle du « chauffeur » de salle), et par les spectateurs pour qu'ils puissent repérer ces fonctions.

Une émission se compose donc d'une structure stable, parfaitement descriptible, comprenant une dimension matérielle et un personnel récurrent (l'animateur, éventuellement des co-animateurs, parfois des énonciateurs pouvant rester hors champ : rappel d'une règle, annonces d'un appel téléphonique…).

La performance produite est beaucoup plus ardue à décrire : il faut faire appel à des formalisations scientifiques totalement extérieures au champ de production (approches linguistiques du dialogue, interactionnisme, etc.). Elle demeure en partie immétrisable par le producteur, aussi expérimenté soit-il[1]. Cette performance s'organise, elle-même, en fonction

[1] Il dispose d'un certain nombre d'aides techniques, prompteur, « oreillette », elles-mêmes susceptibles d'être mises en scène comme autant de jeux sur le cadre pragmatique de l'énonciation.

de nombreux traits extérieurs au dispositif proprement dit, ne serait-ce que les contraintes d'acceptabilité de ces performances dans l'espace télévisuel ou, de façon plus générale, dans l'espace public ou l'espace social.

On a donc une double dimension, d'ordre contractuel d'une part, d'ordre interactionnel ensuite. Le direct dit « différé » permet néanmoins de pallier les glissements sémantiques incontrôlés.

Les interactions vont se structurer suivant deux horizons possibles en terme de prétention à la validité normative, soit par indexicalisation personnelle, soit par indexicalisation méthodologique, avec, dans les deux cas, les possibilités de réflexivité permises par l'acte de parole. Toute forme méthodologisée implique un consentement de compréhension spécifique, renvoyant donc à des formalisations préalables et descriptibles, tandis que les formes du témoignage peuvent jouer de la fiabilité supposée de la parole en tant qu'acte assumé nominativement et compréhensible, à partir d'un capital culturel commun à l'ensemble d'une société.

Le dispositif contractuel, pour amener ces actes à se produire, peut tendre vers la théâtralisation (son affirmation) ou vers la modalisation (son effacement), en conservant une possibilité de jeu pragmatique sur son cadre énonciatif qui dépend de la souplesse des normes du champ de production[1]. Le canular est, de ce point de vue, marginal à la télévision française, certainement beaucoup plus courant en Grande Bretagne par exemple, tout en étant central dans l'histoire de la radio.

Le dispositif va favoriser tel ou tel type d'acte de prise de parole, organisant et s'intégrant dans l'ensemble des hiérarchisations sociales du discours.

Ces moyens de production de la parole peuvent être présentés dans le schéma suivant « Dispositif télévisuel de production de la parole »[2].

« La structure institutionnelle de rôles » renvoie, principalement, aux postures distribuées entre les intervenants : elle est donc, également, le produit de leur interaction et de leurs

---

[1] Concepts utilisés lors des différentes communications du séminaire Télé Parole coordonné par Guillaume Soulez, INA 2000-2001. Voir *Radio et télévision : la parole dans tous ses états* Médiamorphose INA / PUF Paris 2003.

[2] Nota : le terme « finalité actionnelle performative » dans le schéma n'est pas à prendre au sens de « dire c'est faire », mais « faire c'est dire » : la performance est sa fin, sans augurer d'un effet. Nous ne cherchons certes pas à remettre en cause Austin : simplement la fin d'une émission est en premier lieu d'exister, d'offrir un spectacle, qui est souvent le spectacle de la production de la parole.

images réciproques. Cette image est elle-même le produit d'une répartition de rôles qui peut être l'objet d'une lutte. Dans le cas d'un débat, imposer son image au spectateur passe ainsi par le fait de faire croire qu'on a su l'imposer à son interlocuteur.

Le dispositif télévisuel

Postures électorales : le débat Chirac - Mitterrand

Les débats électoraux entre François Mitterrand et Jacques Chirac sont restés célèbres à cet égard. Le « est-ce que vous pouvez me dire, Monsieur Mitterrand, en me regardant dans les yeux… »[1] de Chirac est ainsi totalement tombé *à plat* et a produit l'inverse de l'effet escompté, l'accord formel entre les candidats impliquant que les changements de champ correspondent aux changements de tour de parole : dans la réponse de Mitterrand, on voit donc le visage de celui-ci, et non celui de son interlocuteur qu'il était censé regarder « droit dans les yeux ».

- « Pouvez-vous vraiment contester ma version des choses en me regardant dans les yeux ? » ;
- « dans les yeux, je la conteste » réplique Mitterrand[2].

Ce point avait pourtant été rappelé au début de l'émission par Elie Vannier, co-présentateur avec Michèle Cotta :

> *Quant à la forme, cette émission, qui est réalisée après un accord entre les deux chaînes, Antenne 2 et TF1, réalisée par Jean-Luc Léridon*[3]*, cette émission respectera des règles de stricte équité. Par exemple, seul le candidat qui s'exprime sera présent à l'écran à ce moment là.*

---

[1] Le 28 avril 1988. En réponse à une série de questions sur le terrorisme et l'insécurité accompagnées d'une accusation de laxisme, Mitterrand accuse Chirac d'avoir délibérément fait expulser M. Gordji pour le soustraire aux procédures judiciaires, alors que le gouvernement Chirac aurait possédé les preuves de sa culpabilité et en aurait informé la présidence : attaché diplomatique de l'ambassade d'Iran à Paris Gordji est alors soupçonné d'avoir organisé plusieurs attentats.

[2] Transcription publiée aux éditions du Boucher, Paris 2002 : *Les débats télévisés du second tour de l'élection présidentielle (1974-1995) textes rassemblés*.

[3] Accompagné d'Alexandre Tarta et Serge Moati, conseillers respectifs de Chirac et Mitterrand.

En terme de distribution des rôles, tous les observateurs[1] ont, par ailleurs, noté le jeu de positions entre Jacques Chirac appelant son adversaire « monsieur Mitterrand », tandis que celui-ci s'obstinait à l'appeler « monsieur le Premier ministre » :

- « Permettez-moi juste de vous dire, ce soir, que je ne suis pas le Premier ministre et [que] vous n'êtes pas le Président de la république » (Jacques Chirac).

Dans un tel cadre, l'enjeu de la maîtrise du dispositif est la production d'un *feed-back* d'ordre électoral comme sanction de la performance.

La matrice que l'on peut ainsi observer n'a habituellement pour objet que la production de la performance elle-même, en tant que critère de sanction du producteur. Celle-ci peut néanmoins être très importante pour les participants, quel que soit leur statut : la visibilité télévisuelle est un critère qui peut conditionner un retour dans son propre espace d'intérêt, qu'il soit familial, lié au voisinage, politique ou professionnel (dans son *champ* en reprenant en les décalant les termes de Bourdieu). L'intérêt des invités dans un talk-show ou un journal télévisé peut correspondre à un produit à promouvoir, s'il s'agit d'artistes, ou à une sanction électorale, s'il s'agit d'hommes politiques. Participer au public d'une émission, pouvoir adresser un signe à ses proches, relève en définitive d'une logique voisine : il s'agirait seulement de se soumettre aux règles du spectacle pour disposer d'une visibilité qui permette une lecture privée dans l'espace dont la sanction est déterminante pour le locuteur.

Dispositif et performance

Si le dispositif contractuel peut être vu comme portant la performance interactionnelle *en creux*, on ne peut pas marquer la réciprocité et voir dans la somme d'actes produits le dispositif *en relief*.

L'intérêt spectatoriel réside dans un *en plus*, un *excès* par rapport au dispositif contractuel. La possibilité de cet excès pourra être sous-entendue dans le dispositif contractuel, qu'elle soit effectivement réalisée ou non. Par rapport au théâtre, où un incident (trou de mémoire, chute de décor…) altère la crédibilité de la représentation en détruisant le fil de la temporalité

[1]Voir par exemple de Olivier Duhamel et Jean-Noël Jeanneney *Présidentielles, les surprises de l'histoire, 1965-1995*, Le Seuil, Paris 2002. L'enregistrement de leurs entretiens a donné lieu à un film documentaire éponyme d'Olivier Duhamel, Jean-Noël Jeanneney et Virginie Linhart. Réalisation de Virginie Linhart. Kuiv production / France Télévision (90 minutes, 2002), diffusé le 31 mars 2002 sur la chaîne Histoire.

prévue, voire entraîne son interruption. Tout incident semble, au contraire, augmenter l'intérêt télévisuel[1]. On retrouverait cet aspect dans la généalogie de la télévision : la première ouverture du JT, le 26 juin 1949, doit déjà son impact au filmage de la chute du ballon où avaient pris place Pierre Sabbagh et son cadreur Michel Wakewitch : « Si j'ai pu continuer à faire le journal, c'est aussi grâce à l'histoire du ballon » a déclaré Pierre Sabbagh dans un entretien rétrospectif sur sa carrière[2].

Toute promotion d'émission joue de la possibilité de ces dérapages qui se produisent parfois. Ils alimentent alors les émissions de reprise et de mise en abyme. Régulièrement cités, ils fournissent parfois la matière intégrale de compilations ou de cassettes vidéo, pieusement conservées par les téléspectateurs qui ont eu la chance de les saisir en direct : ils ne manqueront sans doute pas de les rediffuser régulièrement à leurs amis, ou à leurs étudiants !

On peut noter également quelques « en moins » assez rares et curieux, par exemple, une émission du Monde de Léa[3] où la publicité n'avait pas été lancée à temps. Pendant quelques secondes, les invités, qui auparavant s'invectivaient, ont pu être vus devisant fort cordialement en se partageant obligeamment des jus de fruit.

La performance du producteur tient à la maîtrise de la non maîtrise de son dispositif contractuel, les excès pouvant amener la fin de sa carrière, leur absence totale aussi, d'où sa position liée à cette « double contrainte ».

La critique des dispositifs télévisuels, par exemple celle de Bourdieu, se fonde très largement sur la critique des prétentions à la validité des discours produits.

Ainsi, un homme politique, dont les titres militants sont omis au profit de ses titres littéraires, profite de la labilité entre marquage de l'oralité du discours et de sa scripturalité. Il est « désindexé » de la sphère politique et peut faire jouer sa position culturelle hiérarchique.

Pierre Bourdieu notait ainsi dans son premier texte sur la critique de la télévision[4] :

---

[1] Ces écarts sont envisagés d'un point de vue de leur acceptabilité dans l'espace public page 288 : Entre les images.

[2] Jacques Asline *La Bataille du 20 heures*, Acropole, Paris 1998.

[3] TF1, émission présentée par Paul Amar en 1997, en seconde partie de soirée, retirée de la grille après quelques numéros malgré une part de marché de l'ordre de 30%. Cette case est occupée depuis par les émissions de Pascal Bataille et Laurent Fontaine.

[4] « Analyse d'un passage à l'antenne », Le Monde Diplomatique avril 1996.

> *M. Alain Peyrefitte est présenté comme "écrivain" et non comme "sénateur RPR" et "président du comité éditorial du Figaro" M. Guy Sorman comme "économiste" et non comme "conseiller de M. Juppé".*

Au contraire, sur-affirmer une présence orale en masquant son ethos permet de combattre le sur-classement, mais revient à s'interdire la production d'un discours de construction rationnelle de consensus.

Or, toute parole produite demeure tramée par l'expérience scripturale, le retour à une oralité primaire ne peut donc qu'être fantasmatique. Inversement, tout discours méthodologisé n'en porte pas moins les traces de son énonciateur, dans ses dimensions physiques et sociales.

Le clivage néo / paléo télévision ou télévision relationnelle / messagère est également éclairant dans ce schéma. Dès que la finalité d'un programme est de produire de la relation, plutôt que du message, et donc de la hiérarchie, les énoncés sont présentés comme équivalents, en évitant toute forme conclusive, tant en terme de parole que de dispositif formel. On retrouverait ce trait dans les émissions comme Ça se discute ou C'est mon choix[1], en particulier dans l'analyse qu'en propose Dominique Mehl et dans l'approche de ces émissions proposée pages suivantes.

Umberto Eco a exprimé cette distinction en terme de *vérité de l'énoncé* et de *vérité de l'énonciation*[2].

---

[1] Réservoir Prod ; Ça se discute, 125', émission présentée et produite par Jean-Luc Delarue diffusée en seconde partie de soirée sur France 2, le mercredi, depuis 1994, César d'or du meilleur magazine de société 2000.

C'est mon choix, émission quotidienne diffusée en début d'après-midi puis de 20h15 à 20h45 à partir de 2000, ainsi que, ponctuellement, en prime-time, présentée Evelyne Thomas sur France 3, de 1999 à 2004.

[2] « Télévision : la transparence perdue » dans La *Guerre du Faux*, Grasset, Paris 1985, p. 146.

Le dispositif télévisuel de production de la parole

Contraintes de l'espace public politique ou moral & Contraintes de l'espace télévisuel
↘ Intégration du sentiment d'acceptabilité des énoncés

Dispositif contractuel

Dispositif interactionnel

Schémas d'appréhension
↘ Disposition

Images pré-discursives
↘ Performance

MARQUAGE ÉNONCIATIF DU DISPOSITIF

Modalisation

Théâtralisation

Structure institutionnelle de rôles

Dispositif d'engendrement
Performance en creux

Conversation

Produire la parole

Actes de parole

INDEXICALISATION

Jeux sur le cadre pragmatique de l'énonciation

Personnelle

Formelle

Suspension du jugement

Synthèse rationnelle

Finalité actionnelle

Performative

Conclusive

Formes de prétention à l'universalité du discours

Oralité

Expression
Tramée par l'expérience de l'écriture (oralité secondaire)
Indexée à un sujet (ethos)

Scripturalité

- Marquer un retour à une oralité primaire en dehors des déterminismes scripturaux
- Vécu, expérience
- Notion de fiabilité de la parole
- Acte du lien social

- Désindexicalisation personnelle par marquage de déterminations formelles
- Calcul, savoir
- Sur-indexé au capital culturel
- Acte hiérarchique

Le marché

L'agir communicationnel du sujet :

Le spontané

Hiérarchies de parole reproduisant les structures du capital mis en jeu

L'institution

La contribution à un espace de discours :

Le légitime

De la performance aux controverses

Une émission de télévision n'a pas toujours pour seule fin de produire de la parole, et l'opposition performance / conclusion se retrouve dans des « formats » plus spectaculaires.

Le sport et les jeux relèvent de systèmes conclusifs, comme le système électoral, ou, bien entendu, les fictions[1].

Néanmoins, le commentaire du sport fait appel à une forte dimension d'oralité, certes appuyée sur des composantes descriptives formelles, mais visant à la performance de la parole pour elle-même. Les fonctions langagières les plus actualisées sont celles qui tendent vers la célébration de la performance de la parole elle-même, soit la prosodie.

On observe donc toujours une très forte intrication de ces différentes dimensions.

Simplement, cette intrication peut être régulée par un rituel, ce qui exclut tout conflit de légitimité. Dans le cas des débats électoraux, celle-ci est réglée par les postulats de départ, ce qui n'empêche pas les intervenants d'en user à leur profit avec plus ou moins de dextérité, comme dans l'exemple Chirac-Mitterrand.

Les controverses apparaissent quand ces rituels sont dénoncés comme des figures d'allégeance et non de construction de lien social ou de discours rationnel. Bourdieu dénonce en ce sens les formes du débat utilisées à la télévision.

Le principe d'élimination des candidats d'une émission comme Loft Story[2] a ainsi été au centre des controverses que l'émission a suscitées. Cette dimension conclusive (la finalité du jeu étant de désigner un gagnant par élimination des candidats) est pourtant fortement euphémisée par rapport au modèle d'origine où elle était particulièrement théâtralisée. L'émission se présente elle-même comme une série d'échantillons extraits d'un continuum, et

---

[1] À l'exception notable des sit-coms, suivant la typologie de Pierre Sorlin présentée notamment le 7 juin 2000 à la BNF lors du séminaire TéléParole et le 10 décembre 2001 lors des journées d'étude de l'université de Lille 3 consacrées à la fiction à épisodes à la télévision.

Nous reprenons cette typologie dans une présentation « Variables et combinatoires dans les séries télévisées : hapax artistiques et limites des sitcoms » destinée au séminaire Télévision Art Populaire II, coordonné par Guillaume Soulez, Ircav Université Paris 3, le 1er juin 2006.

[2] Émission présentée par Benjamin Castaldi, produite par Endemol France, diffusée sur Métropole Télévision, mai 2001. Ce programme inaugure le principe d'une diffusion quasi-permanente sur un ou deux canaux parallèles et le principe d'une programmation bi-quotidienne ponctuée d'émissions hebdomadaires en *prime-time*.

non pas comme une représentation théâtrale : c'est ce qui en fonde l'originalité et qui justifie, aussi, le terme « télé-réalité » par rapport à ce que serait un « théâtre-réalité ».

Cette théâtralisation de l'élimination des perdants avait également entraîné la polémique de la part de Télérama contre l'émission Le Maillon faible.

Or, la fin de ces émissions est avant tout de produire des performances : le retour sur les candidats éliminés peut être vu en ce sens. Le « au revoir » est plutôt une forme rituelle pour signifier que la phase de justification conclusive du programme (c'est un jeu) est terminée et qu'elle n'était pas l'essentiel, puisqu'on reverra le candidat commenter sa prestation. Ce ne serait donc pas tant la dimension théâtrale que la dimension modale sous couvert de conclusif qui entraînerait des difficultés de positionnement de la part des évaluateurs présents dans la sphère publique, ce qui provoque des polémiques.

Autonomie et positionnement : Particularités énonciatives de la télévision et d'Internet

Pour le producteur, l'enjeu se situe également en terme d'image, mais surtout en parts d'audience et en parts de marché. Cependant, la production de la parole peut relever d'enjeux et de dispositifs extrêmement différents suivant le type d'ancrage du discours : les jeux pragmatiques sur le cadre de l'énonciation servent certainement en cela à préciser le positionnement des émissions, leur degré d'autonomie énonciative.
Les émissions de paroles emblématiques de France Télévision depuis cinq ans nous semblent à ce titre particulièrement illustratives[1].

Énonciation télévisuelle, de la parole au corps

Les talks-shows

On Ne Peut pas plaire à tout le monde : énonciation de la norme

L'émission animée et produite par Marc-Olivier Fogiel [2] est construite sur l'image d'intervieweur sans concession de l'animateur : alternant entre l'entretien, le débat, le portrait et la chronique, il construit un espace de « dérapage » pour ses invités tout en les contrôlant.

[1] Analyses d'émissions développées avec les étudiants de licence 3, Ufr Cinéma Université Paris 3, premier semestre 2006.

[2] PAF production, groupe Endemol. Diffusion sur France 3 le dimanche en *prime-time*.

Une des meilleures audiences correspond ainsi à une intervention de Brigitte Bardot émaillée de propos particulièrement racistes.

Formellement, l'émission, en direct ou en léger différé, joue beaucoup d'incrustations d'images et d'inscriptions du cadre dans le cadre : ce procédé permet de voir l'invité à l'écran pendant qu'il découvre le reportage réalisé sur lui ou les propos tenus sur sa personne, suivant un principe emprunté à Jean Frappat[1]. On retrouve également le principe du duplex, plutôt utilisé pour les émissions politiques, les émissions d'information et certains évènements particuliers, bien qu'un peu daté[2]. Celui-ci contribue à figurer le direct et l'inscription de l'énonciateur dans le cadre dont il est censé rendre compte ; il contribue, sans doute, aussi, à figurer une forme de modalisation des entretiens, comme un extrait d'un espace qui échapperait aux règles théâtrales du plateau, ou qui, du moins, les explicite quand on voit un invité, transi de froid ou de chaleur, attendant désespérément qu'on lui transfère la parole. Les spectateurs eux-mêmes sont, en quelque sorte, inscrits formellement à l'écran, par le biais de l'incrustation des *sms* qu'ils peuvent envoyer[3].

Tous ces points signifient, sur-signifient même, le direct et l'implication des énonciateurs. Fogiel tient à se présenter lui-même comme « journaliste », utilisant tous les procédés disponibles à la télévision, pour que son programme apparaisse comme une fenêtre sur le réel, au sens bazinien du terme.

Les entretiens doivent leur image incisive à la volonté de Fogiel de faire parler ses invités sur des questions intimes, comme un accoucheur de la parole, tout en mettant en avant leurs contradictions : il joue de son empathie pour provoquer des dissensions, susceptibles d'entraîner d'autres paroles.

L'attribution des rôles et l'étiquetage des invités dans les rubriques demeurent néanmoins très formatés. Ainsi, on retrouve toujours la référence à une échelle culturelle quasi doxatique, à laquelle renvoie le discours de la production sur des « sujets de qualité et des individus de qualité » : la qualité correspond aux aspects des variétés qui se rapprochent des critères de la

---

[1] Concepteur d'émissions de télévision, principalement pendant la décennies 1970, qui a imaginé un très grand nombre de dispositifs basés sur un principe de ré-énonciation, qu'il s'agisse de demander à un invité de remettre en scène le discours de quelqu'un d'autre, de confronter un invité à des enregistrements de ses propres discours ou de provoquer des rencontres qui amènent un invité à devoir prendre acte, devant la caméra, des limites formelles de production de son discours.

[2] Par exemple l'interview du chanteur Akhenaton en direct de Marseille lors des « violences » de fin 2005, émission du 13 novembre 2005.

[3] Ou qui sont censément envoyés par eux : voir sur cet aspect les poursuites judiciaires contre Fogiel.

haute culture, ou du moins du légitimable, en jouant de la notion de « bonne volonté culturelle », par exemple une pianiste classique enregistrant des standards jazz ou Juliette Gréco *versus* les chanteurs de la Star Academy[1]. Les chroniques, en particulier, remplissent ce rôle de réaffirmation des échelles culturelles de valeur. L'émission se donne ainsi pour objet, et pour légitimation, la dénonciation de la médiocrité.

Le rapport aux mœurs semble fonctionner suivant le même déplacement : des stars mythiques, dont on est en droit d'attendre une vie de scandale, en viennent à avouer la plus plate des normalités, même l'abbé Pierre, dont Barthes avait analysé l'art de signifier la sainteté[2], avoue avoir eu une vie sexuelle, pour confier qu'elle était fade et ordinaire[3].

Sur le plan social et politique, la manière dont est mené l'entretien avec le chanteur rap Akhtenaton au moment des violences urbaines de novembre 2005 revient à rappeler la position du gouvernement.

On peut résumer, par le schéma suivant, la mise en scène de ces jeux transgressifs dont l'enjeu est, en fait, la réaffirmation systématique de la norme, au sens véritablement extensif du terme : la doxa.

Corollairement, Fogiel se retrouve sommé de rendre compte, dans l'espace public, de ses propres écarts, par exemple, dans le cas de la paternité de *sms* dont son équipe n'était censée qu'être les réénonciateurs.

Outre le volet judiciaire de cette affaire et les différentes manifestations devant le studio où l'émission est enregistrée, et les campagnes de presse qui ont suivi, ce problème énonciatif se retrouve dans le débordement de ces campagnes à la télévision :

> *Des manifestants protestant contre le racisme à la télévision et demandant la démission de Marc-Olivier Fogiel ont ainsi pris la parole le mercredi 30 novembre, lors de l'émission de Michel Denisot sur Canal +, Le Grand Journal, aidés par l'invité du jour, Eric Cantona. Le Conseil supérieur de l'audiovisuel a indiqué s'être auto*

[1] Endemol, diffusion sur TF1 depuis août 2001, chaque saison dure quatre mois, associe diffusion hebdomadaire en *prime-time* le vendredi, diffusion quotidienne en *access* ainsi que le matin, et diffusion sur un canal spécifique payant.

[2] Cet aveu inscrirait ainsi un « plus que saint », l'abbé Pierre allant jusqu'à renoncer, par sainteté, à la canonisation.

[3] Diffusion le 31 octobre 2005.

saisi sur cette affaire. « La question qui se pose est celle de la maîtrise de l'antenne », a indiqué le CSA[1].

Le 9 octobre, le plateau de Fogiel avait lui-même été envahi par des manifestants mais il est parvenu à ne pas leur donner la parole : il a pris l'antenne depuis la régie du studio à 20h55 pour évoquer un incident et annoncer la rediffusion de l'émission précédente. A 21h25, il reprend l'antenne pour préciser la nature de l'incident dû au différent judiciaire avec Dieudonné. L'émission reprend enfin à 21h45 sans le public depuis une loge annexe équipée en studio [ou un studio annexe présenté comme une loge][2].

La figuration de la transgression comme réinscription de la norme

Dans le schéma suivant, nous présentons le double mouvement de 'révélation' des invités, soit sollicité par les provocations normatives de l'animateur, soit dû à des dérapages des invités eux-mêmes : leur caractère d'icônes, de stars, implique d'afficher des mœurs spécifiques, par exemple une sexualité ou un altruisme exacerbés. Les provocations permettent de faire parler les invités de leur intimité et de resituer leurs discours dans un champ d'interprétation doxatique. L'animateur, ou ses chroniqueurs, actualisent la norme en soulignant ces écarts, ces rappels normatifs s'inscrivant eux-mêmes dans les différentes thématiques d'une émission de télévision : promotion de variétés ou d'autres produits culturels, promotion de gouvernants, promotion de normes comportementales. Ces normes sont donc évolutives : les émissions de ce type sont cependant beaucoup plus des lieux d'affirmation de ces normes, et donc de validation de celles-ci, que des espaces de discussion ou de lutte normative. En effet, les questions de morale politique ou d'éthique artistique demeurent dans une sphère utopique qui n'est jamais sollicitée à un autre titre qu'à celui d'horizon référentiel. Cela signifie que toutes les occurrences discursives demeurent délimitées par les marchés respectifs des intervenants et leurs enjeux pragmatiques directs : culturels, politiques ou caritatifs.

[1] Le Nouvel Observateur, 1er décembre 2005 « Canal Plus : Cantonna donne la parole aux anti-Fogiel ».

[2] Dépêche AP du 10 octobre 2005.

Référence utopique: l'éthique, la morale politique

Doxa politique
(consensus quant au caractère anti-social de la violence)

Actualité sociale
journalisme

Dérapages des invités : exposer ses options politiques inavouables, ses mœurs cachées

Icônes,
« mythologies »
Delon, Bardot
Abbé Pierre

Le « hors norme »

Les jurisprudences spécifiques

⇔

Scandales,
Dévoilements
de l'intime

Vers la norme

La loi commune

Doxa morale
(par rapport aux mœurs)

Provocations à visée maïeutique induites par l'animateur : faire parler de l'intime, des mœurs, de l'argent

Actualité des variétés
promotion

Doxa culturelle
(échelle de valeur des produits culturels)

Référence utopique : l'esthétique, l'éthique artistique

Tout le monde en parle : énonciation de l'autonomie

L'émission[1] et son animateur partagent, avec On Ne Peut pas Plaire À Tout le Monde et Fogiel, une image transgressive. Pourtant, le cadre énonciatif et pragmatique apparaît dès le générique fondamentalement différent : si le sommaire On Ne Peut pas Plaire À Tout le Monde évoque le rubriquage, le « chemin de fer » de la presse écrite (ce qui renvoie à la figuration de sa légitimité), le générique de l'émission de Thierry Ardisson oscille entre l'évocation d'un générique de série télévisée (des vignettes avec l'image des invités) et l'annonce d'un combat de catch (la diction du commentaire).

L'émission est enregistrée et remontée, l'enregistrement lui-même est très long (plus de 6 heures). Son déroulement suit un canevas très précis et très contraignant : la quasi-totalité des entrevues suivent rigoureusement le même modèle. L'émission a très peu évolué dans le temps, au contraire de celle de Fogiel, qui a remodelé à plusieurs reprises la structure du plateau et l'insertion des chroniques et des reportages.

Les invités eux-mêmes sont largement récurrents, tandis que l'essentiel des questions et des débats renvoie à l'actualité des médias, donc principalement de la télévision, voire à Ardisson lui-même : cette dimension de personnel récurrent et de *circulation circulaire*[2] de l'information, que dénonçait Bourdieu relève ici d'un positionnement assumé, d'une marque de fabrique, voire d'un label « Ardisson ».

Cette distribution des rôles recoupe une mise en scène très théâtrale de l'émission, avec, par exemple, des entrées de scène grandiloquentes, et un public qui fait, expressément, « la claque » : il est engagé pour cela par une agence de casting et relève, explicitement, davantage d'une figuration que d'un public.

Comme au théâtre, la représentation peut être dédiée à une cause humanitaire (otages, tsunami, catastrophe naturelle), en fonction de l'actualité.

L'image initiale de Thierry Ardisson à la télévision, liée à l'univers de la nuit parisienne, renvoyait déjà à une image de théâtre, le théâtre de la nuit, mis en abyme dans l'enregistrement de l'émission Lunettes Noires Pour Une Nuit Blanche au Palace, ancien

[1] Diffusion sur France 2 le samedi en deuxième partie de soirée ; Ardisson et Lumières, contrôlé par la holding de Thierry Ardisson (Télévision, édition musicale, presse).

[2] Expression employée par Pierre Bourdieu pour désigner la reprise d'information entre journalistes et organes d'information, *Sur la télévision* Liber Raison d'agir, Paris 1996 page 22 et suivantes.

théâtre et lieu de la nuit destiné à *se montrer*. Cette image renvoie donc à un univers transgressif, voire interlope, mais institutionnellement contenu : une inversion de codes du monde du jour, comme le titre le signifiait, trait institutionnel du *show-business*.

Pourtant, Ardisson déclare être lui-même, à présent, « drogué à la normalité », et ne manque pas de rappeler qu'il passe ses week-ends en famille tout en portant, ostensiblement, son alliance lors d'opportuns plans de coupe.

Ses entretiens évoquent toujours, néanmoins, une intimité, habituellement cachée et possiblement scandaleuse, à travers des questions crues sur la sexualité des invités. Ces entrevues sont, pourtant, d'un intérêt informatif très faible : on se situe uniquement dans la production d'une performance, voire dans une dimension phatique.
Ces discussions rappellent, d'assez près, les premières tentatives de conversations adultes d'adolescents pré-pubères : l'émission tient du rite de passage, rite marqué par son extrême stabilité formelle (Ardisson a déclaré après la 200ème qu'il allait en produire encore 200[1]), rite d'insertion dans le PAF, pour les starlettes présentées en seconde partie d'émission, les vedettes bénéficiant de l'ouverture, ou rite de passage à l'âge adulte, pour les adolescents autorisés à veiller un samedi avant d'obtenir leurs premières autorisations de sortie.

La transgression ne renvoie donc qu'à un milieu particulier et au passage à l'âge adulte, les deux étant précisément, nettement corrélés : sortir le soir et avoir une sexualité sont les traits qui définissent ce passage, le *show-biz* étant peut-être l'univers de ceux qui restent éternellement dans cette transition. Il en est du moins une hyperbole, ce qui peut expliquer la propension des chanteurs ou des producteurs de musique à s'afficher avec des partenaires plus jeunes. Les dangers, liés à cet aspect interlope, renvoient eux-mêmes à cette idée de « comportements à risque » qui caractériserait les rites de passage à l'âge adulte par l'inscription, dans le corps, de ces changements de capacité sociale et l'inscription, dans la société, de ces changements du corps.

En tant que tel, le caractère « adulte » n'est donc pas forcément transgressif en lui-même dès lors qu'il relève d'un espace dédié. Il renvoie, précisément, à une dimension culturelle, une capacité de méta-discours qui implique justement de pouvoir parler de ce qui serait *tabou* pour les enfants. Ces dimensions, comme la multiplication des auto-références ou des

[1] Philippe Ardisson annonce pourtant la fin de l'émission en mai 2006, sommé d'abandonner son programme sur Paris Première 93, Faubourg St Honnoré, suivant la règle d'exclusivité rappelée par Patrick de Carolis (France Télévisions) le 11 mai dans le Parisien.
« Ardisson : France 2, on en parle plus », Libération du 29 mai 2006, Raphaël Garrigos et Isabelle Robert.

références génériques, font partie des caractères qui déterminent l'autonomie d'un champ culturel, ou tout au moins, qui affirment le franchissement du rite de passage institutionnel vers cette reconnaissance. Tous ces jeux avec le cadre énonciatif, les tics de langage (« magnéto ! »), les effets de retour (le *best-off* ou le *bêtisier* de l'émission précédente), l'inscription des moyens de production semblent renvoyer à cette dimension d'autonomie. Chez Fogiel, ces traits servent à authentifier l'énonciation, à signifier que l'énonciateur est le réel et que ce réel correspond à la doxa. Ici, ils servent à en désigner l'attribution à un énonciateur unique, Thierry Ardisson : ses fameux tics de langage sont même déposés à l'Inpi.

Les fureurs ou les inimitiés d'Ardisson[1] sont bien des problèmes d'auteur : ne pas vouloir être imité, c'est ne pas vouloir se voir voler ses formats, ses œuvres, dont on entend bien se voir attribuer et reconnaître la paternité. Il est donc logique que l'émission soit orientée en fonction des seuls intérêts de son énonciateur : en définitive, il est le seul marqueur du réel dans ses productions : tout est factice excepté l'expression de ses propres intérêts.

L'émission relèverait entièrement de ce régime de polyénonciation, où invités, chroniqueurs et public ne font qu'actualiser, *performer*, un texte déjà écrit. Les interventions qui ne peuvent être assumées par Ardisson, en particulier, du fait des contraintes de l'espace public (par exemple, une intervention de Dieudonné), sont montées très différemment du reste de l'émission: peu coupées et peu remontées, " entre guillemets " comme des citations.

Quelques rares invités bénéficient de la mise en scène d'une relation d'empathie[2], l'entretien sort alors du canevas habituel, comme un espace d'expression propre et indépendant contenu dans le reste du discours.

Laurence Boccolini[3] a bénéficié d'une telle attention à l'occasion de la présentation de son ouvrage *Méchante n°2*[4], où elle reprend les réponses les plus atterrantes des candidats du jeu qu'elle anime, Le Maillon faible[5]. Rappelons que ce jeu avait fait l'objet d'une campagne de presse, de la part de Télérama notamment, pour dénoncer la dimension de mépris qui s'y

[1] Contre Fogiel en particulier, celle-ci fait ainsi l'objet d'allusions tout au long de l'émission ; son partage serait également une des conditions de recrutement dans l'entreprise.

[2] Empathie et sympathie sont à entendre en référence aux procédés d'entretiens de Mireille Dumas et de Delarue.

[3] Emission du 27 décembre 2005.

[4] *Méchante ; tome 2, anthologie des réponses loin d'être…* Le cherche Midi, Paris 2005. Cet ouvrage fait suite à *Méchante*, Sens de l'humour, Le cherche Midi éditeur, Paris 2002.

[5] The Weakest Link, Starling, diffusion sur TF1 le samedi de 18h55 à 19h55.

attacherait : mépris affiché de l'animatrice pour les candidats, principe du jeu d'élimination à l'inverse de toute valeur de solidarité et de promotion de l'intelligence. Le clin d'œil de celle-ci à la fin de l'émission, le retour sur les candidats parlant de leur expérience malheureuse[1] ont pour fonction de pondérer cet aspect en nous rappelant que tout cela est *pour rire*, qu'il s'agit de second degré.

Or, si cette idée de second degré est réaffirmée sur le plateau d'Ardisson, elle se double bien de la manifestation d'un mépris souverain pour ces candidats : aucune trace d'empathie ni de sympathie ne transparaît ; comme il y a des « dîners de cons »[2], il y a des « émissions de cons » où l'on s'amuse d'une victime plus ou moins consentante, à la fois consciente d'être objet de moquerie mais valorisée par sa visibilité inattendue. Aucune morale ne clôt pourtant la séquence comme dans le film éponyme : le trait est définitif ; en outre, Ardisson le souligne et Laurence Boccolini le confirme et en rit, c'est « elle qui touche les droits » : les candidats seraient donc même spoliés de leurs propres *conneries* après nous les avoir données en spectacle.

Assez curieusement, l'entretien se poursuit en insistant sur le fait que *Laurence* est particulièrement mal payée : elle a accepté ce contrat par défaut, et en prendrait son parti en prenant plus de plaisir personnel que de plaisir financier dans l'animation de cette émission : Ardisson nous démontre donc très méthodiquement que l'*habitus* de Laurence Boccolini relève du désintéressement… Sa position apparaît dès lors cohérente avec le fait de prendre à son compte les *verbatims* de ses candidats : elle en est l'auteur en tant qu'énonciateur du dispositif qui a produit ces occurrences, ce que confirme la sortie de son livre.

On retrouve donc tous les critères d'affichage d'une prétention à l'autonomie culturelle : désintéressement, inscription d'un auteur, renvois énonciatifs multiples à cet auteur, intertextualité, méta-discours, jugement par les pairs[3].

Le mépris affiché par Ardisson, à l'encontre du public du plateau, relève très certainement de la même logique : il ne s'agit pas tant de mépris que de souveraineté énonciative, ceux qui ont

---

[1] Procédé qui doit également beaucoup à certains dispositifs de Jean Frappat, en particulier Réalité/Fiction (1977) : des metteurs en scène de théâtre, de cinéma ou de télévision devaient réaliser un film de fiction à partir d'un dialogue réel dont ils ne connaissaient ni l'origine ni le contexte, cette mise en scène étant ensuite présentée au locuteur original, ses réactions et les réactions afférentes du metteur en scène et de l'interprète étant à nouveau filmées. Voir une description de cette émission dans « Quand y-a-t-il énonciation télévisuelle » François Jost, Collège iconique du 3 décembre 1997, INA, Paris. http://www.ina.fr/inatheque/activites/college/pdf/1997/college_03_12_1997.pdf .

[2] En référence à la pièce et film de Francis Weber (1998).

[3] Critères présentés synthétiquement en référence à Bourdieu page 96.

crû que l'antenne leur était ouverte, pour divulguer un message, se sont effectivement trompés, ils sont bien, littéralement, « cons » : cette position n'a pas plus de sens que celle d'un acteur qui cesserait de déclamer son texte pour afficher ses revendications ; sauf que le théâtre est une institution réglée, alors que la télévision, et plus encore les nouveaux médias, un enjeu de luttes ouvertes.

Un des enjeux de cette lutte est donc aussi d'affirmer le caractère d'autonomie culturelle de la télévision et du marketing, la publicité pouvant faire l'objet, en soi, de plaisir et d'une consommation esthétique[1].

Ça Se Discute : énonciation de l'empathie

Entre effets de dramatisation et utilitarisme, l'émission de Jean-Luc Delarue[2] figure parmi les émissions les plus longévives (depuis 1994)[3] et les moins décriées. Les conditions de sélection des participants et d'enregistrement de l'émission semblent en effet particulièrement transparentes, comme en témoigne l'assez grande liberté d'accès dont ont pu bénéficier les journalistes ou les sociologues intéressés par son principe : l'accès aux coulisses et aux documents préparatoires est généralement beaucoup plus difficile, ce qui entraîne justement des controverses et des accusations de « bidonnages » à l'encontre de nombre d'émissions[4].

Les enregistrements sont publics (mais ce public n'est pas montré à l'antenne, ou alors uniquement lors de plan en extrême contre-plongée, du fait de la disposition du studio de la Maison de la radio[5]) et l'émission n'est pas remontée mais entièrement réalisée au moment de l'enregistrement (le public peut voir le signal final sur les moniteurs). La minutie de sa préparation renvoie presque (il n'y a qu'un décor et moins de déplacements de caméra, et le texte n'est pas totalement écrit bien que le canevas soit rigoureux) au principe des dramatiques en direct de l'Ortf, au sens où il s'agit d'une émission montée avant l'enregistrement, ce qui la distingue d'une émission remontée après (Ardisson) ou diffusée en direct (Fogiel).

---

[1] Ce qui renvoie aussi à la filiation d'Ardisson à Dim Dam Dom et à sa productrice, Daisy de Gallard, et au système de la mode comme usage esthétique du marketing.

[2] Réservoir Prod, groupe de Jean-Luc Dalarue : Réservoir Doc, Réservoir Studio, Réservoir Net.

[3] Des chiffres et des lettres d'Armand Jamot serait un exemple d'émission beaucoup plus longévive, puisque Le Mot le plus long fut créé en 1965 ; cependant, sa dimension sociétale n'est pas explicite, ce qui peut aussi expliquer son maintien.

[4] Nous reviendrons sur l'infiltration de l'une d'elles par une journaliste de Télérama.

[5] La « claque » demeure, par ailleurs, discrète et limitée à quelques entrées en scène.

L'honnêteté est bien au cœur des ambitions de cette émission : elle ne se contente pas de présenter des drames ou des larmes, elle entend faire comprendre les motivations de leurs acteurs. Au moment de son apparition, elle s'est ainsi distinguée des *reality-shows* dont le principe était de rejouer un drame ou un exploit pour en retrouver l'émotion : « tout allait bien… et soudain, c'est le drame » annonçait Jacques Pradel.

La dramatisation et la production de la parole demeurent en elles-mêmes basées sur un principe de dévoilement, comme la plupart des émissions jouant de la dialectique privé / public, intime / dévoilé : ce principe est un moteur narratif puissant et extrêmement récurrent à la télévision[1].

Autre caractéristique habituelle, on part de l'énoncé de problèmes privés, que la télévision doit pouvoir résoudre : néanmoins il ne s'agit pas de problèmes vicinaux[2] ou de questions d'ambition et de visibilité, simplement de problèmes que le partage dans la parole doit permettre de soulager. En elle-même, la logique est donc proche de celle des émissions « utilitaristes » telles C'est du propre[3] : il s'agit « d'aérer » en quelque sorte un intime resté trop longtemps enfoui.

Cette maïeutique joue largement de la métaphore psychanalytique : neutralité bienveillante de l'animateur, marques de respect et de tact vis à vis des témoins, posture d'écoute, mimiques d'assentiment[4], timidité affichée. Le micro n'est pas tendu[5], les témoins et les invités disposent déjà d'un micro discret : un travail assez fin de mixage et d'échange de signes sur le plateau assure la répartition fluide des tours de parole, bien sûr accompagnée par les déplacements de l'animateur et les mouvements de caméra qui assurent la ponctuation de l'émission. La culture psychanalytique, ou du moins ses concepts les plus médiatisés, et leur

---

[1] Voir « l'outing » de John Cleese admettant le fait de se déguiser en souris dans la parodie de ce principe par les Monty Pythons sur la BBC. Monty Pythons Flying Circus « 2, Sexe & violence », 1969.
Référence dans le catalogue en ligne de la BBC : http://open.bbc.co.uk/catalogue/infax/programme/LPCD673J .

[2] Voir Sans Aucuns Doutes, émission produite et présentée par Julien Courbet (Quai Sud Télévision), diffusion TF1 le vendredi vers 23h20.

[3] Fremantle Media (RTL Group, groupe Bertelsmann), diffusion ponctuelle en première partie de soirée sur Métropole Télévision, 2005 / 2006, idée originale développée par Ricochet South / Raw TV Productions Limited pour Channel Four Television Corporation, 2004.

[4] Pour ces jeux de mimiques, voir de Chantal Akerman Un Divan à New-York, 1996.

[5] Ou présenté comme un pistolet dans une émission de Nagui N'Oubliez pas votre brosse à dent, France 2, 1998.

partage comme « culture de masse »[1], autorisent une communication fluide autour d'un référent interprétatif commun.

Enfin, la scène centrale, qui est initialement vide, sera occupée par certains témoins, dont l'image est reprise sur un écran tendu au-dessus, où sont projetés les reportages sur les témoins ou affichées des citations liées à la thématique. La plupart des intervenants se trouvent donc face à la scène, en continuité avec le public visible dont ils forment une partie. Ce public lui-même est composé de leurs proches, ce qui contribue aussi à assurer des effets d'empathie au sein du public visible, c'est à dire du public sélectionné et présent à l'avant plan, par rapport au public « invisible » situé en surplomb des gradins.

Le dévoilement n'est donc pas la fin en soi : ce qui constitue la performance, c'est le partage de ce dévoilé. Le maître mot, qui revient souvent dans les mots mêmes des témoins et de l'animateur, c'est *se mettre à la place de l'autre*, pour éprouver ce que l'on aurait fait à sa place. On retrouve ce principe dans Vis ma Vie[2], une autre émission de Réservoir Prod, où cette proposition est prise à la lettre, dans la même volonté de faire apparaître de l'empathie là où il y a de la dissension, mais dans un but plutôt pédagogique. Swap Wife[3] reprenait également ce principe sur Channel Four ; son adaptation française, On A Échangé Nos Mamans sur M6, s'est néanmoins éloignée de cette volonté civique, pour jouer plus largement d'effets de monstration de la différence. Ces jeux de commutation sont donc toujours d'efficaces moteurs narratifs : échanger sa position avec l'autre revient, en soi, à construire un actant et un anti-actant, donc à engager un processus de production d'histoires.

Grâce aux effets de partage d'un même référentiel culturel, les témoins peuvent eux-mêmes donner des conseils à un autre témoin, proposer une piste d'analyse, tout en témoignant, non pas tant de leur identité emblématique (alcoolique, etc.) que de leur intersubjectivité, de leur capacité d'empathie[4]. L'absence ou la carence de celle-ci est d'ailleurs au cœur des problèmes rapportés : couple qui ne se comprend plus, qui ne comprend plus ses enfants, ou, au contraire, amoureux qui gardent leur complicité malgré toutes les barrières imaginables ou

---

[1] Voir Dominique Mehl, en particulier *La Bonne Parole* La Martinière, Paris 2003.

[2] Diffusion en seconde partie de soirée sur TF1, présentée par Laurence Ferrari de 2001 à 2006.

[3] Création RDF Media, 2002 repris notamment aux Etats-Unis sur ABC.

[4] Voir pour le double romanesque et cinématographique de cette problématique Blade Runner de Philip K. Dick (et l'ensemble de son œuvre) ou l'adaptation de Ridley Scott (1982) : aucun *répliquant* ne pourrait passer chez Delarue sans être démasqué.

parents qui communiquent merveilleusement avec leur enfant autiste d'un point de vue médical.

Cette performance de l'empathie se retrouve à tous les « étages » de l'émission : entre Delarue et son rédacteur *off* par le biais de son oeillette, entre lui et les invités, entre invités connus et témoins anonymes, entre témoins et public, entre eux et les spectateurs, entre spectateurs aussi, que ce soit dans l'espace de réception familial ou virtuellement, si l'on en croit les très nombreux forum Internet où des téléspectateurs reviennent sur leur expérience d'empathie télévisuelle avec l'émission et continuent de la partager avec d'autres internautes.

Ce *retour* vers la régie renvoie au lieu de production de la voix off, souvent caractéristique de l'expression d'un mépris ou d'une réification, mais qui devient ici *une voix intérieure* omnisciente et bienveillante : la voix off est littéralement *off*, et c'est la seule chose qui le soit, le reste étant transparent, et ceci d'autant plus qu'on nous a signifié un *caché*. La voix off correspond aussi à la fonction d'énonciation de la règle dans un jeu. Son pendant visuel, le regard vers le hors du champ, vers le producteur en régie (ici il est déjà sur le plateau…) correspond aussi très souvent dans les émissions de plateau à des moments où le présentateur a besoin (ou veut montrer ce besoin dans un but de suspens) ou d'une confirmation de la règle de l'émission ou a besoin d'établir une nouvelle jurisprudence (prolonge-t-on l'interview, doit-on couper, qu'elles sont les limites de décence admissibles ? etc.). L'oreillette matérialise donc aussi, suivant les propres codes de la télévision, cette règle de *bienveillance et d'écoute.*

Que cette empathie ait des vertus cathartiques ou non, elle constitue bien le centre du dispositif dramatique et du principe de production de parole et de narration de l'émission. L'appel à comparer et à évaluer son propre comportement à l'aune des témoignages présentés (« et vous, comment vous auriez-fait *à sa place* ») peut, sans doute, contribuer aussi à remplir des fonctions sociales. Delarue a de nombreuses activités caritatives. Le Téléthon, auquel il participe souvent, fonctionne lui-même suivant un principe extrêmement proche, caractérisé par Merton[1], à propos des émissons-marathon à la radio américaine en faveur de l'achat de bons de défense durant la seconde guerre mondiale, utilisant les effets d'empathie et de dissonance dans une stratégie graduelle de persuasion :

- L'information est présentée d'une manière émotionnelle et impressionnable (prouesse, sacrifice).

[1] Mendras & Forsé *Le Changement social*, Armand Colin, Paris 1983

- Les actions et les comportements en cause sont présentés comme tout à fait remarquables (exceptionnels).
- Les membres de l'audience sont invités à faire la comparaison entre l'acte (héroïque) et leur propre comportement.
- Le communicateur présente son propre cas comme exemplaire
- Il y a culpabilisation de l'audience qui jugeait son comportement sans tâches.
- Une solution « immédiate et simple » est proposée (la promesse de don par téléphone).
- Il y a une gratification des suiveurs présentés comme loyaux et bons, et une critique vis à vis des « déviants ».

Dans le cas des téléthons, cette stratégie graduelle implique cependant plusieurs facteurs pour pouvoir fonctionner, notamment :

- La forme continue d'un marathon.
- Une image positive du communicateur.
- Un sujet porteur.
- Une prédisposition favorable de l'audience.
- Un climat social de crise.

Or, on retrouve bien la plupart de ces aspects dans l'émission de Delarue : continuité de l'enregistrement, image sans tache de l'animateur[1], sujets sociaux identiques aux sujets abordés dans les séries ou les téléfilms, audience acquise, conscience d'une crise de la famille ou de ses valeurs.

Quelle que soit sa finalité, performance pure ou utilité personnelle ou sociale, on a ici assurément affaire à une des matrices télévisuelles les plus productives.

[1] Nous entendons bien entendu cette image telle qu'elle est présupposée en réception par les émetteurs, l'image professionnelle de Delarue peut être très différente, notamment du fait de polémiques à propos de contrats de production et de contrats de travail, que ce soit vis à vis des chaînes, des travailleurs intermittents du spectacle ou de l'inspection du travail.

Les variétés

La diffusion de chansons dans des spectacles de variétés correspond au passage vers la « rematérialisation » de contenus en ouvrant vers un processus de vente, principalement de livres ou des disques. Le livre correspond ainsi à une forme de rematérialiation des émissions de parole.

L'émission d'Ardisson remplit ainsi une fonction commerciale très explicite, peu éloignée de celle de Fogiel suivant notre schéma, celle de contribuer à la vente de biographies des stars ou d'ouvrages dérivés de l'activité des animateurs : cette fonction est elle-même, parfois « cyniquement », reprise en présentant les éditions promues dans un décor de PLV hyperboloïde (ouvrages présentés sur des colonnades hellénistiques en carton-pâte). Le poids de l'émission sur ce marché est indéniable : une citation entraîne un accroissement des ventes en supermarché, principal lieu de diffusion de ce type d'éditions.

Paradoxalement, les investissements d'Ardisson dans le secteur des variétés se sont avérés catastrophiques, justifiant des transferts financiers importants au sein de sa propre holding, pour éviter la faillite de l'activité d'édition musicale[1].

Ce format des « variétés », dont nous avons vu l'importance pour ces émissions (bien que, précisément, elles ne relèvent pas du genre proprement dit), et dont on peut facilement vérifier l'importance pour le secteur de l'édition musicale, relève donc d'une association ancienne entre les principes de consommation, gratuite ou ponctuelle, et de promotion d'une marchandise, achetée et détenue par le client tout en ouvrant vers un usage éditorial privé (chanter). Le clip en est une forme adaptée pour la télévision, en particulier, dans son usage comme fond visuel et sonore, que ce soit dans l'espace domestique ou dans des lieux publics[2]. La convergence renvoie très largement à cette question de la matérialisation des contenus dont on peut observer l'évolution chronologique des moyens de diffusion et de promotion, suivant l'évolution technique des médias :

---

[1] A moins que ces pertes ne remplissent une fonction fiscale.

[2] Voir la chanson de Boris Vian : *j'ai retourné ma télé et de l'autre côté c'est bien mieux…*

- Tour de chant / partition[1] ⇒ présence ou souvenir du chanteur[2]
- Radio / phonogramme ⇒ photographie
- Télévision / disque ⇒ clip[3]
- Internet / mp3 ⇒ multimédia[4]

Historiquement, l'usage de la chanson sous des formes consommables à distance semble avoir également été encouragé par le pouvoir politique : les « goguettes » et les lieux de chant étant suspectés d'être des espaces de subversion politique, ils ont été l'objet de mesures restrictives[5]. Malgré la logique de *décompression* qui amène la liberté de la presse à être progressivement reconnue dans le quatrième quart du XIXème siècle, la chanson est demeurée assez sévèrement encadrée.

Claude Duneton[6] voit précisément la chanson se développer en France après la révolution française, dans la forme esthétique et industrielle que l'on retrouvera sous le terme de variétés, comme une conséquence des évolutions politiques. La répétition, la *ritournelle* sont déjà au cœur de son esthétique, puisqu'elles constituent sa condition rythmique, mélodique, et sa condition de mémorisation. Ce caractère répétitif s'accorde donc très naturellement avec les procédés de reproduction industrielle dont la chanson suivra les évolutions. Elle passerait ainsi, en deux siècles, de la distribution sous forme de partitions et de livrets imprimés à l'échange de fichiers numériques.

Les « reprises » sont au cœur de cette économie et de cette esthétique[7], qu'il s'agisse de Pop Star ou de chanteurs ayant acquis une reconnaissance culturelle, alors qu'on la leur refusait de

---

[1] Voir Carné-Prévert-Kosma ou Réné Clair (et plus tard, avec une double inversion culturelle, Beineix et Diva) pour un jeu précurseur d'actualisation et de dénonciation conjointe de ce principe. Le cinéma parlant à ses débuts a très largement exploité ces principes et les vedettes du music-hall pour rentabiliser cette nouvelle possibilité du médium.

[2] La rencontre de l'interprète peut déjà être matérialisée par un autographe sur la partition, pratique qui restera malgré l'évolution des supports.

[3] Il existe plusieurs formes d'adaptation du clip aux distributions multimédia, mini CD en forme de carte de visite, fichiers adaptés à Internet, etc.

[4] Cette combinaison reste donc à avérer, les espaces de gratuité et de promotion n'étant pas encore clairement définis réciproquement.

[5] Claude Duneton *Histoire de la chanson française de 1780 à 1860*, tome 2, Seuil, Paris 1998.

[6] *Op. cit.*

[7] Voir également pour l'analyse de la dimension patrimoniale des variétés Catherine Dutheil Pessin *La Chanson réaliste, sociologie d'un genre* Logiques Sociales, L'Harmattan, Paris 2004.

leur vivant (ou qu'on la leur ait déniée, et qu'ils en aient à ce moment intelligemment joué)[1], que ce soit Brassens reprenant Fréhel et Sablon ou Gainsbourg reprenant Ferré et Caussimon dans Discorama de Denise Glazer. Le principe des reprises contribue aussi à placer l'auditeur dans une certaine relation d'isomorphie avec les interprètes, formalisée et capitalisée par ailleurs dans les télés-crochets ou les émissions type Pop Idol ainsi que dans l'usage des karaokés : « j'écoute, je chante ».

Le principe de produits dérivés sous forme de disques à partir d'émissions de télévision n'est pas non plus nouveau : le magazine Sonorama « le magazine sonore de l'actualité », édité par Europe 1, présentait ainsi des enregistrements de chansons, de discours, d'émissions de radio ou de télévision ainsi que des entretiens complémentaires et des enregistrements originaux sous forme de disques souples de 17 cm lisibles en 33 tours insérés en vis à vis de pages de texte[2].

Sonorama, 1958

[1] A noter que Trenet n'a jamais pu être élu à l'Académie française, alors que Giscard l'a été, mais peut-être moins pour ses performances musicales. Il a pourtant été une référence importante de la chanson française de Gilbert Lafaille à Renaud, qualifié par exemple de « piètre accordéoniste » dans les chansons d'Allwright ou de Capdevielle, ce qui renvoie expressément à la façon dont il entendait construire sa légitimité, en particulier en essayant de combattre, grâce à l'accordéon, des effets institutionnels de surqualification culturelle au profit d'une inscription dans le quotidien.

[2] Parue mensuellement de 1958 à 1962, soit 42 numéros, la publication fut arrêtée vraisemblablement du fait d'un coût de fabrication trop élevé. On peut retrouver ces magazines dans des brocantes : ils sont très prisés des collectionneurs. Voir par exemple le site d'un collectionneur sur Internet : http://www.vinylmaniaque.com/pochettes2/sonorama.html .

La réponse économique pertinente à la consommation illégale de variétés, du fait de la convergence, n'est donc pas forcément le contrôle réglementaire, par contention et répression des usages gratuits d'un produit immatériel : elle est d'utiliser la dématérialisation du contenu pour assurer la promotion, pour un coût industriel d'autant plus faible que l'on dématérialise ces contenus, des contenus qu'il convient de rematérialiser ensuite pour assurer le retour financier sur les investissements consentis dans les contenus[1].

Le rapport dématérialisation / matérialisation a tout lieu d'être du même ordre que celui qui lie l'achat d'une partition à la mémorisation d'un air. En se focalisant sur cette question de la « dématérialisation », l'industrie musicale a peut-être ainsi oublié l'essentiel de son ancrage : la variété est un produit culturel formaté *pour les médias de ma*sse, dont la promotion passe *par les médias de masse*, en intégrant donc les contraintes énonciatives qui en fondent les particularités commerciales. Le genre a également été co-formaté par l'activité des chansonniers du côté de la contestation politique, ce qui pourra poser des problèmes ponctuels d'acceptabilité et de censure, mais lui ouvrira, à la fois, le marché des contestataires des médias de masse et les portes de la reconnaissance culturelle pour son caractère adulte, en prise dans le social et lié aux autres arts, de l'impressionnisme et de l'affichisme à la vidéo ou au multimédia. En particulier, Brecht et Weil, en voulant dénoncer l'aliénation des médias populaires, vont aussi poser la plupart des invariants du genre et en constituer la référence. Leur relative absence de mépris pour cette culture, même si elle n'a pas totalement permis la promotion de leur position politique de départ, explique peut-être une telle influence. Elle est aussi un des axes de la légitimation culturelle de la chanson : « Moon of Alabama » peut s'entendre aussi bien à l'opéra ou sur une péniche que chez David Bowie ou au Père Lachaise.

En privant les sites personnels du droit à la citation[2], l'industrie musicale a certainement entravé considérablement le développement d'un espace critique autonome, qui ne lui coûtait rien et ne pouvait que la servir.

---

[1] Tous les produits dérivés et le *licensing* relèvent de cette logique de rematérialisation.

[2] En intentant ou en menaçant de procès, directement ou par le biais des sociétés d'auteurs, les sites qui mettent en ligne des partitions, des paroles ou des enregistrements.

Le sport : énonciation de l'implication par emboîtement

Les programmes sportifs peuvent être catégorisés à partir de leurs modalités de diffusion : direct, différé, résumés, reportages et documentaires, émissions à propos du sport. Celles-ci peuvent, par exemple, présenter des extraits à partir d'un plateau pouvant réunir des invités.

À l'inverse de la plupart des programmes, les retransmissions sportives en direct ont, en outre, pour particularité, d'avoir une conclusion à la fois imprévisible, immotivée, le gain d'un match pouvant s'avérer arbitraire : les discussions d'après-match comme les pronostics jouent de cette dimension. Tout un ensemble d'institutions extra-télévisuelles (fédérations sportives, contrôles anti-dopages, justice) garantissent l'imprévisibilité des résultats. Ceux-ci ne doivent relever que des règles du sport. Les enjeux économiques peuvent en effet être considérables, en particulier évidemment dans le cas du football. Néanmoins, acheter l'adversaire ou se doper ne ternit pas forcément l'équipe qui gagne, pas plus que le fait d'investir dans des joueurs étrangers. L'existence de malversations discrédite surtout les instances de contrôle qui devraient les prévenir et les réprimer.

Le gain et le prix des joueurs font en effet partie intégrante du prestige sportif dont ils constituent les deux faces, symboliques et financières[1] : l'incommensurabilité des chiffres renvoie à la dimension mythique, voire mythologique du sport. L'or et l'argent se doivent d'exister tant sur les médailles que dans les comptes, pour signifier *et* cette valeur, *et* l'investissement qu'une communauté est prête à sacrifier pour acquérir ce prestige. Il ne s'agit pas d'un simple potlatch, ce prestige peut permettre aussi un retour économique sur l'investissement financier.

Les émissions sportives peuvent donc, c'est même une litote, provoquer une implication très forte des spectateurs. On retrouvera peut-être une implication proche dans les campagnes politiques, surtout quand les émissions qui les accompagnent sont vues comme des « matches ».

Néanmoins, ce qui nous intéresse le plus dans la définition des spécificités télévisuelles, c'est la puissance de l'implication que peut produire une offre limitée : un club dispose parfois de

[1] Voir Jules Gritti : *Sport à la Une* Armand Colin, Paris 1975 et Bernard Jeu, *le Sport, la mort et la violence* Editions Universitaires, Paris 1972, ainsi que bien évidemment les textes de Roger Caillois.

soutiens antagonistes[1], mais ce qui caractérise la diffusion du sport à la télévision c'est bien le resserrement des enjeux sur quelques disciplines, quelques équipes, quelques joueurs.

Les retransmissions sportives fonctionnent dans la logique d'une prééminence de l'offre : dans une logique de prééminence de la demande, chacun verrait son équipe gagner. Le relatif insuccès des systèmes interactifs de changement d'angle de vue, à la demande du spectateur, pour certaines retransmissions, s'explique peut-être ainsi. Si un tel *habitus* ne s'est pas imposé, c'est sans doute que l'attente d'évènements dramatiques, ou du moins de duels ou d'évènements dramatisés, demeure prépondérante dans la motivation des téléspectateurs.

Le fait que, seul un assez petit nombre de sport et de sportifs soient fortement médiatisés, contribue aussi à la construction d'une sorte de diégèse, un univers de personnages dont on pourra suivre le récit des exploits. Nous proposerons d'utiliser la modélisation de la construction d'un « méso-récit » sportif, par rapport à la télé-réalité, pour voir dans quelle mesure les logiques de sanction, de performance et d'exploits seraient comparables[2].

En effet, d'autres types d'émission vont tenter de capitaliser le type d'implication que peuvent provoquer les exploits sportifs.

Ainsi, beaucoup d'émissions joignent la mise en scène de l'implication physique du communicateur à la thématique de l'exploit et de la durée : ce sont les émissions de type « raid », les courses sportives de longue durée organisées par un média, ou les émissions de type « téléthon » dont nous avons vu les principes. Si les émissions de Nicolas Hulot[3] ou les retransmissions du Paris-Dakar et du Tour de France (sans oublier l'intérêt essentiel pour les paysages que l'on découvre ou redécouvre tout au long des retransmissions) n'ont pas un caractère caritatif impliquant un don, celles-ci semblent néanmoins tendre vers une même forme, s'appuyant sur la même « rhétorique marathon » qui pourrait être proche des stratégies de persuasion décrites par Merton. Effet de contiguïté thématique, ou bien *format télévisuel* spécifique, la rhétorique-marathon (indépendamment de toute intention caritative ou patriotique[4], voire de l'idée sportive de compétition au profit de celle d'exploit et d'aventure) s'avère un catalyseur d'audience efficace, et la logique assez anti-télévisuelle de l'émission

---

[1] Voir le PSG.

[2] Cet aspect est abordé du point de vues des sanctions, qui, pour les chaînes, sont d'ordre légal et réglementaire, nous le présentons page 304.

[3] Les cinq premières émissions d'Ushuaïa, présentées en studio, n'ont pas rencontré une audience suffisante. C'est à la suite de cet échec que la formule connue a été initiée.

[4] Dans le cadre d'origine d'émissions de radio en faveur de l'achat de bons de défense.

marathon (longueur, répétitivité[1]) disparaît, tout en demeurant à travers la forme sérialisée du Raid.

La télé-réalité capitalise également certaines de ces caractéristiques (durée, sérialisation) en y joignant, comme dans le sport, l'idée de compétition.

Les émissions de Nicolas Hulot ont montré que le sport n'implique pas forcément la compétition : il implique un médiateur, un communicateur, engagé lui-même dans l'action ; dans le cas d'un match, le commentateur réfère ainsi régulièrement à ses propres émotions : s'il ne prend pas part à la performance, il la vit verbalement et presque physiquement.

Dans le cas du loto ou du tiercé, on assiste également au filmage d'un espace, qui décide d'un gagnant qui ne prend pas part à l'action, mais qui, par la suite, peut être éventuellement figuré, sans que cette figuration ne soit cependant systématique. Celle-ci a lieu dans un autre espace, celui du JT par exemple, à travers un reportage sur les gagnants d'un lot important. Or, de la même façon, les sportifs ont un gain pécuniaire direct lié à leurs contrats et dépendant de leurs performances (cet aspect relevant également du JT ou de reportages). Bien entendu, ce gain ne relève pas, alors, d'une compétence aléatoire mais d'une compétence sportive, ainsi que d'une compétence, en terme de gestion d'image et d'affaires, délégable à un agent : cette compétence ne relève pas directement de la performance nécessaire au spectacle mais plutôt de sa fabrication et de sa gestion.

Le positionnement d'un sportif se fait donc suivant deux modalités, l'une sportive et quantifiable (son classement, ses résultats, son coût) et qualifiable en termes techniques, l'autre télévisuelle, son image, quantifiable en terme d'investissements de sponsors et qualifiable en terme de positionnement marketing[2] et d'affects sociaux et psychologiques.

Il apparaît donc que l'image d'un joueur relève d'un jeu sur le jeu, d'un pari des sponsors sur son image, et le retour sur investissements que la diffusion de cette image doit permettre. De même, le montant de son contrat relève d'un pari du club sur ses performances. Les paris de type Loto Sportif relèvent de la même démarche, le pari étant alors mis en jeu par le spectateur-joueur. Par défaut, l'identification à l'équipe locale ou nationale relève également d'un pari tacite susceptible d'offrir une gratification symbolique. Au niveau de la télévision,

---

[1] Voir Andy Warhol.

[2] Voir « Montrer le sport ; photographie, cinéma, télévision » chapitre XIX, Cahiers de l'Insep n°29, sous la direction de Laurent Veray et Pierre Simonet, Paris 2000.

le pari porte sur l'implication du spectateur, en terme d'audience, d'incidence sur l'image de la chaîne et, éventuellement, de retour direct dans le cas du Téléthon.

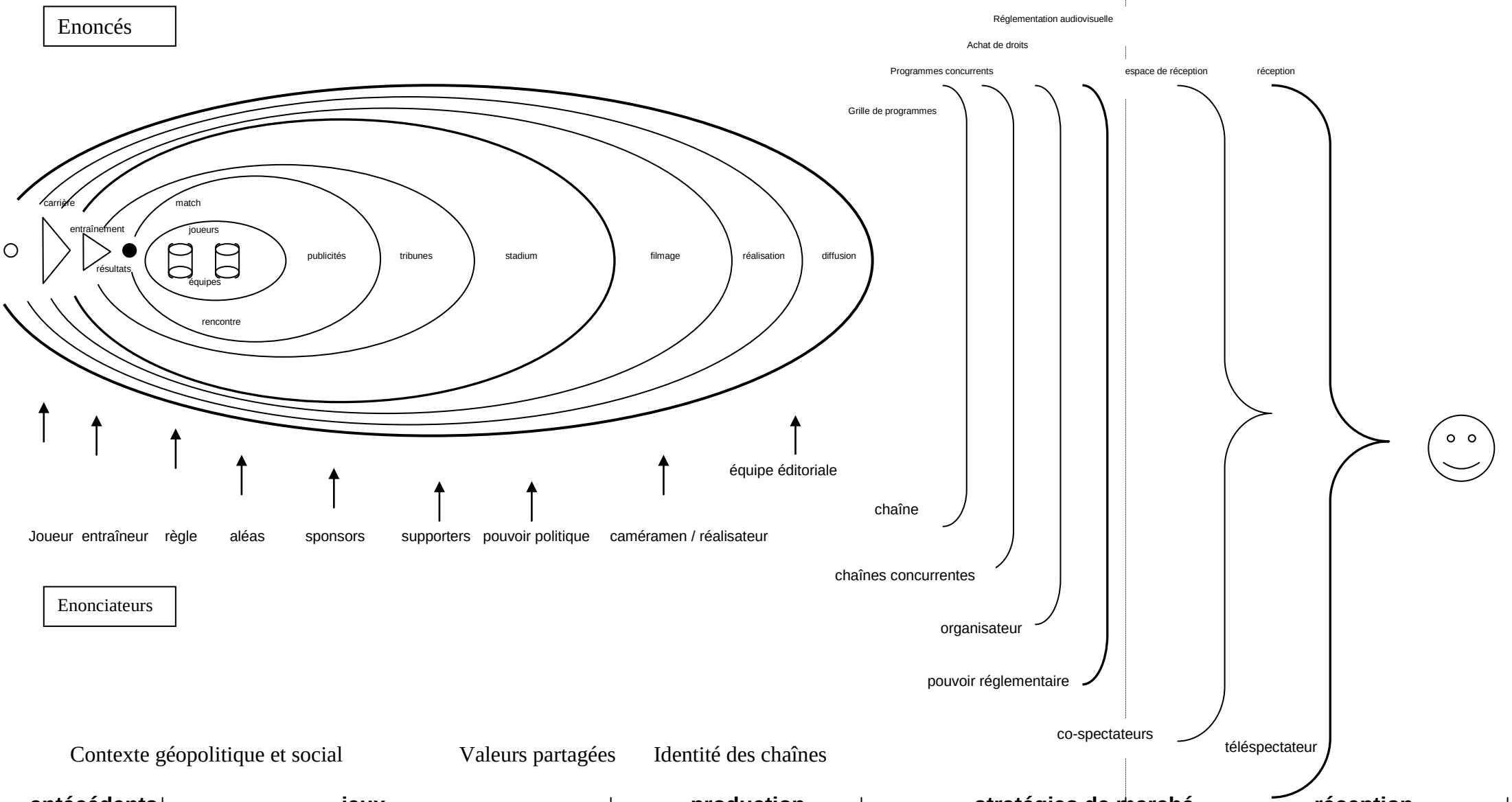
Cet espace *off* du sport fait l'objet de quelques émissions régulières et apparaît à travers des soirées spéciales, au titre d'un problème contemporain. Ces émissions reprennent alors des faits sportifs et les événements politiques, judiciaires, financiers et marketings qui y sont liés, révélant ces aspects, habituellement cachés, de la fabrication de l'image du joueur et de la gestion des gains qu'il en reçoit.

On pourrait néanmoins se demander, au vu de ces émissions, si en détaillant les positions de chaque sport, de chaque club ou de chaque joueur, les chaînes ne jouent pas encore là leur propre positionnement, en introduisant une figuration dramatisée sur ce qui est présenté comme une mise à plat des rapports du sport au média.

Deux schémas[1] nous permettront de préciser ces aspects, d'une part en reprenant le principe d'un schéma de communication et en repérant chaque espace énonciatif, d'autre part en présentant un éventail de la diversité de ces références et des types d'implications qu'elles mobilisent.

[1] Ces aspects ont fait l'objet d'une première présentation dans le cadre du séminaire « Représentation du sport à la télévision » sous la direction de Chantal Duchet et Charles Tesson, Université Paris 3 Ircav. Ils complètent un précédent travail sur les échelles de valeurs associées aux différents sports représentés à la télévision en fonction de leurs aspects agonistiques, prolongé dans le cadre du séminaire par une analyse des hiérarchies de valeurs culturelles investies dans l'usage des retransmissions sportives.

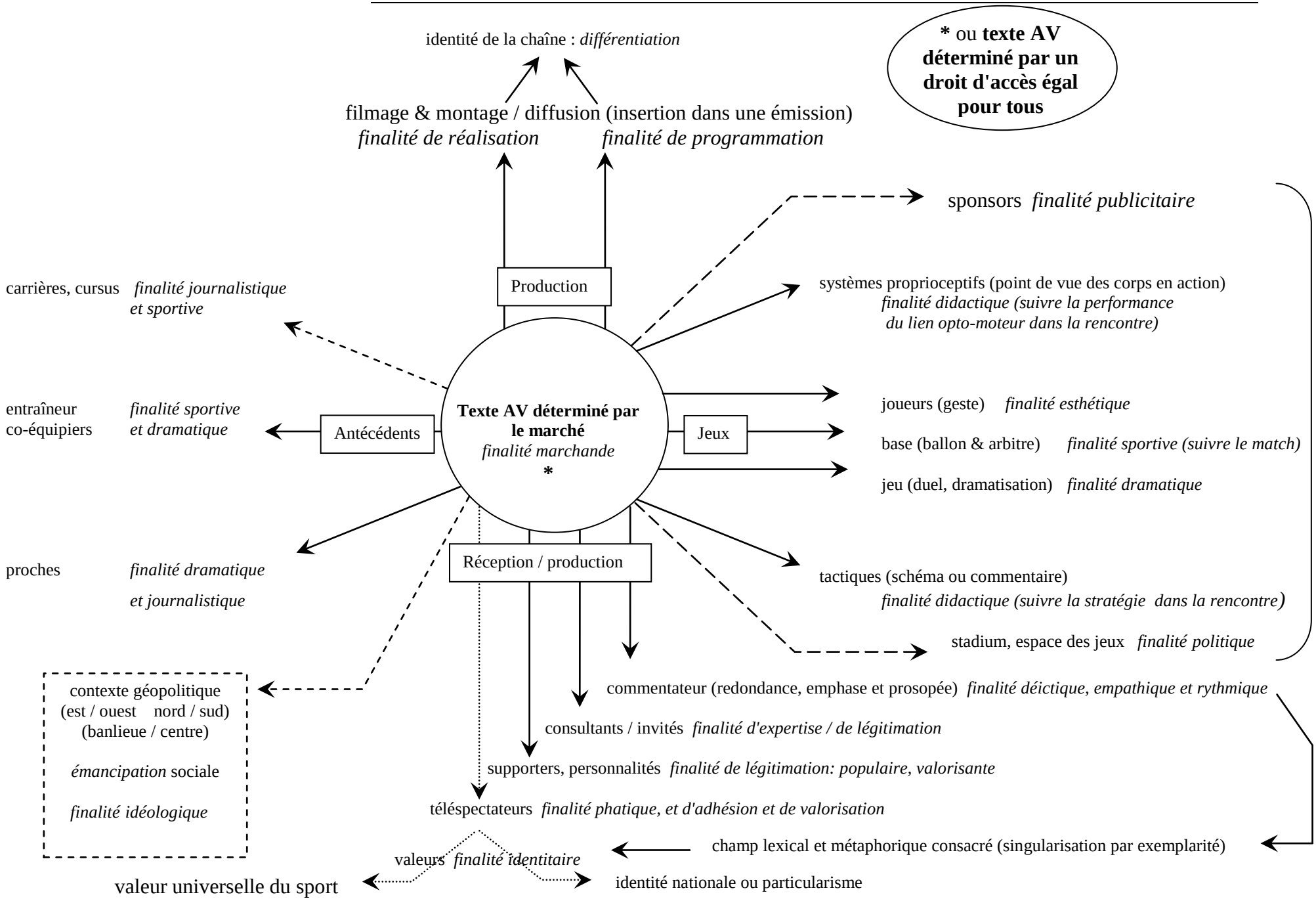
Emboîtement linéaire des processus énonciatifs



Contexte géopolitique et social | Valeurs partagées | Identité des chaînes

antécédents	**jeux**	**production**	**stratégies de marché**	**réception**
R0 ≈ ε 0	**R 1 ↔ ε 1 (réactions des joueurs)**	**R 2 → ε 2 (commentateur)**	∅	**R3 ← ε 3 (discussions)**

Eventail des références énonciatives



Le cas des documentaires : complexité du rapport sujet / objet

Les documentaires sont des objets complexes, au sens où leur forme relève à chaque fois d'une expérimentation, comme des sortes de prototype unique. Chaque documentaire impliquerait d'apprendre donc de nouvelles logiques de codes[1], l'anticipation de l'effort qu'ils demanderaient peut expliquer leur réputation d'être parfois rébarbatifs. Il existe, néanmoins, certainement des écoles et des récurrences de formes que l'analyse stylistique peut déterminer. Des séries assez homogènes, sur le principe du portrait, par exemple, ont pu également permettre aux producteurs de proposer des formes suffisamment récurrentes pour s'intégrer dans la logique répétitive d'une grille télévisuelle, comme Strip-Tease[2].

L'unicité peut également constituer un attrait évènementiel. Enfin, l'articulation d'un film et d'un documentaire est une topique récurrente des grilles qui peut prendre, elle-même, un aspect événementiel[3].

Nous nous limitons, ici, à essayer de caractériser les particularités de l'acte énonciatif suivant les différentes logiques d'occupation de l'espace médiatique, à la télévision ou sur Internet. L'acte de filmage, dans le cas du documentaire, est un geste justement très souvent mis en question. Un grand nombre de festivals permettent ainsi d'échanger et d'approfondir ces points de vues. Tout en précisant les logiques des chaînes ou des producteurs, nous intégrerons donc quelques exemples, pris parmi les films observés dans ces cadres sur la période considérée[4], le projet des cinéastes documentaires ayant parfois valeur de métaphore pour l'ensemble de notre champ d'étude.

---

[1] Au sens de lecture documentaire proposé par Roger Odin : « voir un film pour s'informer de la réalité des choses du monde ». Définition proposée dans « La question du public. Approche sémio-pragmatique » *Cinéma et réception* Réseau vol. 18 n°99 / 2000 p. 59

[2] Magazine documentaire créé en 1985 par Jean Libon et Marco Lamensch pour la RTBF (Télévision Belge), diffusé en France sur France 3.

[3] Voir par exemple la soirée « Pompéi » le 22 février 2004 sur France 2 ; « le documentaire-fiction Le Dernier jour de Pompéi a rassemblé 8,8 millions de téléspectateurs sur France 2 (32,5% de part d'audience) et remporté le prix CB News 2004 de la meilleure émission télé », Cf. « chronologie des émissions phares », site de France Télévision :
http://www.francetelevisions.fr/recup_data/recup_4.php?nav_url=3_1_1&lg=fr&mode=html&evenement=0&year=2004 .
Voir également CNC info n°294, Bilan 2004, « 2. Les films et les fictions à la télévision » :
http://www.cnc.fr/d_stat/bilan2004/pdf/2-filmsalaTV.pdf .

[4] Lussas, Biarritz, Marseille, Paris et Input (projections regroupant les producteurs et les diffuseurs publics, ville et pays d'accueil différents à chaque édition), de 1999 à 2004. Voir nos comptes-rendus et l'ensemble des rapports d'étude de l'équipe de recherche sur les festivals audiovisuels, documents Ircav.

Le réalisateur : disloquer pour unifier

Soumis à des contraintes multiples, économiques, politiques, le réalisateur ne fait-il que contribuer à un discours d'unification de phénomènes épars en les ramenant aux mêmes ancrages axiologiques, ou peut-il apporter un point de vue propre ? Cette question s'est posée avec une acuité particulière lors des rencontres Input 2004 à Barcelone, intégrées dans le forum citoyen de Barcelone cette année-là.

À cette cohérence de la propagande ou du marketing (au sens où l'objet d'une institution est d'abord de se proroger, donc d'unifier discours et phénomènes – son action et sa légitimation) le réalisateur ne peut, en effet, opposer un discours indépendant, qu'à travers une stratégie de dislocation des points de vue dont il demeure la seule clef *in abstentia*.

Tout programme peut être alors l'objet d'une double lecture, suivant que l'on prétendrait unifier le visible au nom de l'institution, donc produire une axiologie, un témoignage direct, avec pour énonciateur le réel, ou disloquer, produire un point de vue radicalement séparé qui n'a de vérité que depuis l'œil qui regarde et unifie.

Balseros[1], un film espagnol sur les *boat-people* cubains, est édifiant à cet égard. Objet d'une soirée spéciale, couronné internationalement en tant que documentaire, ce film peut pourtant être vu comme un exercice de style propagandiste, d'un extrême brio, rappelant la position d'un Roman Carmen[2]. Le producteur ne cessait, lors de la présentation, de rappeler que tout était authentique, interrompant systématiquement le réalisateur qui insistait sur l'utilisation de plusieurs caméras simultanément, ou sur la minutie d'un tournage entièrement réalisé suivant un scénario pré écrit…

Les programmes présentés, lors de cette session d'Input, pouvaient donc s'analyser comme autant d'occurrences d'une combinatoire entre les modalités morales (visée), énonciatives (moyen d'expression de la visée) et relationnelles (effet et rétroaction de l'expression de la visée) qui régissent l'expression du point de vue du filmeur et du filmé[3].

---

[1] Réalisé par Carlos Bosch et Josep Maria Domènech, produit par Loris Omedes, Bausan Films, TV3 / Televisió de Catalunya. Diffusé en France sur Arte le 22 mai 2006 à 22h15.

[2] Chef opérateur de Vertov puis réalisateur de films de propagande remarqués pour leur qualité esthétique.

[3] The Stockholm syndrome (Réalisation : Håkan Lindhé, Production : Mariana Engvall, Suède) propose ainsi une réflexion sur la disparition du point de vue du témoin. Partant d'un fait divers emblématique (une prise d'otages où ceux-ci sont devenus solidaires de leurs geôliers par défiance vis à vis de l'autorité censée les libérer), le réalisateur a retrouvé les différents témoins, otages et preneurs d'otages. Leurs points de vue accumulent évidemment les contradictions, d'autant que le réalisateur s'est rendu compte qu'il ne cessait lui-même de se faire manipuler, chacun d'eux l'utilisant pour défendre son propre point de vue rétrospectif.

Entre le marteau et l'enclume : combinatoire des points de vue :

filmeur	Vs	
Visée	(ré)habiliter	dénoncer
Réénonciation	marquée	masquée
Interaction	manipulé	manipulateur
filmé		
Visée	se justifier	désavouer
Énonciateur	identifiable	anonymisé
Interaction	consentant	malgré lui

Or, un troisième terme doit être envisagé dans la même combinatoire pour rendre compte de l'effet final du film, l'Institution.

Institution	VS	
Visée	intégrer	expulser
Parole	personnifiée	bureaucratique
Interaction	commandite	censure

L'Institution peut être la télévision ou les médias (télévision berlusconnienne VS journalistes indépendants[1]), l'Etat (expulsion du sujet du film[2]) ou la société civile dans le cadre d'une institution publique particulière (la police par exemple, filmer malgré lui un policier raciste identifiable et nommé pour le dénoncer, tout en étant fatalement manipulateur en l'amenant à

[1] Citizen Berlusconi (réalisation : Susan Gray, production : Stefano Tealdi, Italie), pointe la quasi-disparition des journalistes indépendants, en Italie, au profit de la célébration de Berlusconi par l'ensemble des médias audiovisuels. Le film lui-même a dû trouver un mode de diffusion original (un DVD distribué avec la presse) pour rompre cet endiguement.

[2] Visa, vodka & videotape (Arild Aspøy, Norvège) ; Le réalisateur s'est retrouvé, pour sa part, dans une situation d'interaction qu'il n'avait pas souhaitée : ses images ont en effet permis à la police d'expulser les réfugiés ukrainiens auxquels il avait donné une caméra pour qu'ils puissent filmer leur périple de demandeurs d'asile.

Cette démarche qui rappelle le travail de la BBC (Video Nation), laissant une caméra à des citoyens anonymes pour filmer un moment de leur vie, suivant leur propre point de vue. Ces mini-séquences d'accès public sont projetées régulièrement par la BBC, principalement avant le JT. Elles proviennent pour l'essentiel d'Angleterre, parfois d'autres parties du monde en fonction de l'actualité (Schoots from Balkan). Elles doivent refléter la diversité des anglais. Des caméras sont donc prêtées aux personnes qui en font la demande, leurs prises étant remontées afin d'obtenir des séquences de 2 minutes : plus de 1300 séquences ont été diffusées depuis 1993. Programme créé par Chris Mohr et Mandy Rose au sein de l'unité commune de production de la BBC.

s'exprimer ainsi pour les besoins du film[1]), entité qui exercera son emprise sur le filmeur et éventuellement sur le filmé, par le biais de celui-ci.

Pour reprendre notre question initiale, le filmeur n'est peut-être qu'un agent objectif des institutions dont il dépend, dont la contrainte s'exerce grâce à lui sur les sujets filmés et possiblement sur les spectateurs. On pourrait peut-être ainsi montrer qu'au lieu d'être privée, la contrainte serait surtout celle des institutions publiques dans le cas des « télévision citoyennes ».

S'éloigner pour se rapprocher

Nous avions déjà pu observer ce problème de construction de la distance, lors de l'édition 1999 d'Input à Fort Worth : face à l'émergence de la télé-réalité, ou du moins, à la prise en charge d'émissions relevant de cette promesse par des chaînes privées, les chaînes publiques semblaient surtout miser sur des effets de distance et de « diachronie », pour tenter de concilier la qualité éducative et la proximité qu'impliquent leurs cahiers des charges.

Cette édition comprenait, en particulier, un grand nombre de programmes s'attachant à critiquer et analyser la fabrication de l'information à la télévision[2]. L'objet de la télévision publique, ainsi redéfini, serait d'apporter une culture critique de la télévision. Elle entendrait ainsi se démarquer du reproche de complaisance formulé à l'encontre de la télévision commerciale. Cette complaisance correspond à une absence de recul dans le traitement éditorial, revers notamment de l'immédiateté de l'information. Face à cette position *synchronique* des télévisions privées, les télévisions publiques revendiqueraient une position plus *diachronique.* Quelques programmes mettaient également directement en cause la figure de l'animateur, jusqu'à proposer de s'en passer définitivement[3]. Le montage transparent au

---

[1] The Secret policeman (Toby Sculthorp, Grande Bretagne) est un programme qui relève également d'un processus d'implication très fort de la part du réalisateur, devenu policier pour filmer, en caméra cachée, les propos racistes tenus au quotidien dans la police et en dénoncer les auteurs.

[2] Forbidden Love (DR TV, réalisé par Erland Mo, produit par Mette Weyde, Danemark) se présente comme un documentaire sur les interférences entre une équipe de reportage et la vie d'une jeune pakistanaise, dont les reporters remettent totalement en cause l'existence, en appliquant leurs propres critères de jugement. Le propos est suffisamment outré pour que, quand une des personnes interviewées déclare qu'elle n'est qu'un acteur, comme tous les personnages du film, l'assistance semble en fait soulagée. Voir également Symbols (comédie satirique, Canadian Broadcasting Corporation, réalisée par Ken Finkleman et produite par Jan Peter Mayboom) et Ask a silly question (Canadian Broadcasting Corporation, réalisé et produit par John Kastner), programmes visant à démonter la facilité avec laquelle le public peut être manipulé.

[3] One Nation de la BBC propose des séquences filmées par les auditeurs (produit par Chris Mohr & Mandy Rose, voir note *supra*), Coin Man (TV2, Danemark, réalisé et produit par Karsten Andersen) présente une disparition du présentateur suivant les principes de Dogma, Tête à tête (SVT, réalisé par Peter Lundberg et

sens de Strip-Tease était également souvent utilisé pour tenter de construire une proximité dans des séries documentaires et pour contrer la vogue naissante de la télé-réalité privée[1]. On trouve également des programmes introspectifs où l'énonciateur parle à la première personne tout en s'immergeant dans sa propre généalogie[2], ou dans un fait divers ou historique[3], un procédé que nous rencontrerons beaucoup par la suite.

Les critères mis en avant par les télévisions publiques pour se distinguer des télévisions privées ne s'opposent pas forcément terme à terme : le rapport implication / distanciation, en recoupant les hiérarchies culturelles et les hiérarchies « civiques », dessine néanmoins assez précisément un espace qui peut leur être propre, avec ses limites :

privé VS public :
démagogie, facilité ← → culturel formel
provocation gratuite ← IMPLICATION ↔ DISTANCIATION → critique civique
voyeurisme ← → accès public
risque de complaisance VS risque de rupture

S'effacer pour se réinscrire

L'édition 2002 d'Input a été particulièrement marquée par le développement de la télé-réalité, d'autant qu'elle se déroulait en hollande, pays d'origine des productions Endemol.
La question de l'implication du journaliste ou du réalisateur, dans le sujet filmé, est apparue comme un trait commun à l'ensemble des programmes présentés.

Cette implication peut être marquée de différentes façons, suivant que le filmeur assume totalement son inscription en tant que personnage dans le film, ou qu'il tende, au contraire, à s'effacer, pour favoriser l'adhésion du spectateur à un processus fictionnel.
On observe donc des programmes allant de l'implication militante du réalisateur, qui peut cependant s'effacer énonciativement, à la distanciation par mise en cause du contrat de filmage par le filmé. Le filmeur peut même, inversement, agresser délibérément le filmé.

---

produit par Agneta Behlin-Kilden, Suède), est un talk-show sans animateur, où on ne voit que la tête des invités, vêtus de noir sur un fond sombre.

[1] Camping (VRT, réalisé par Stef Soetewey, produit par Peter Suetens, Belgique).

[2] Mama General (3 sat / ZDF, réalisé et produit par Peter Heller, Allemagne), Dad (Partners in Motion, réalisé et produit par Chrisn Triffo, Canada)

[3] Graham and I, a true story (Factum Video Center, réalisé et produit par Nenad Puhovski, Croatie)

Le contrat de lecture peut également être sciemment décalé, mais la question primordiale semble être plus une question de contrat de tournage que de contrat de réception, au sens où la production de l'énoncé implique un certain nombre de négociations entre l'énonciateur cinéaste et ses sujets énonçants. Or, ces négociations paraissent de plus en plus conflictuelles, au point de fournir la *structure de conflit* et le principal intérêt dramatique de la plupart des films.

C'est quand ce conflit est lui-même mis en scène, qu'apparaît un jeu autour du contrat de lecture, ou, du moins, de ce qu'il en reste : la notion de contrat de lecture semble s'avérer de moins en moins pertinente. La tendance à la *modalisation* du procès de production, donc à son inscription dans un continuum dont le film ne se donne que comme une partie, est, en effet, l'inverse de la *théâtralisation*, entendue comme une distanciation formelle jointe à une proposition d'adhésion énoncée dans un paratexte. Si les genres se dissolvent, il y a surtout un déplacement de la tension distance / adhésion entre le cadre générique et l'intérieur même des programmes : les questions de genres ne deviennent plus, littéralement, que des questions de génétique et non de générique.

Cet effet d'abyme immanquable (le film met en scène sa génétique plus qu'il n'énonce son genre) est redoublé par les jeux sur le cadre pragmatique de l'énonciation.

Enoncitativement, les programmes peuvent être distingués selon les corrélations entre inscription énonciative (ou effacement) du réalisateur et affirmation de la maîtrise énonciative du sujet énoncé (le sujet est-il mis en scène ou peut-il maîtriser son inscription pragmatique ou contester la façon dont il est mis en scène).

Les programmes sélectionnés peuvent donc être présentés suivant quatre pôles, suivant qu'ils relèvent d'une implication forte d'un énonciateur masqué (« propagande » au sens éventuellement positif du terme), d'une mise en cause de la représentation par un énonciateur très présent (« essai »), de la fiction documentaire (« vraie histoire ») ou du documentaire narratif (« histoire vraie »).

« propagande »
énonciation transparente,
sujet marqué

- **Bad Girl**, documentaire, Canada / France
- **Get Real**, magazine, Afrique du Sud
- **Need for love**, documentaire, France
- **Paper Airplaine**, documentaire, Chine
- **Ying and Bai**, documentaire, Chine
- **It's About Time**, documentaire, Israël

« histoire vraie »
énonciation transparente,
sujet transparent

- **American High**, documentaire, USA
- **Doei**, fiction (40 épisodes), Pays-Bas
- **Wanderlust in Warsaw**, magazine, Irlande

« vraie histoire »
énonciation marquée,
sujet transparent

- **Frontline : looking for answers**, documentaire, USA
- **The Last Trace**, documentaire, Chili
- **Ochre and water**, documentaire, Afrique du Sud
- **Roof on the Moonway**, documentaire, Lettonie
- **The tale of the White Whale**, documentaire, Allemagne
- **You and me**, fiction, Russie

- **EGG the Arts Show**, magazine, USA
- **The Eighth day**, animation, Mexique
- **Palindrome**, fiction, Brésil
- **Rolegio**, animation, Mexique
- **Music for one Apartment and six drummers**, fiction, Suède
- **Toothpaste**, fiction, Canada
- **U Shrot stories**, fiction, Norvège
- **Sat Shots**, magazine, Argentine
- **Hypocrite's Oath**, documentaire (magazine Strip Tease), Belgique

« essai »
énonciation marquée,
sujet marqué

La distinction fiction / documentaire n'est en effet guère opératoire en elle-même : un programme comme American High[1] est une fiction reconstituée à partir de prises de vue documentaires, ce qui amène à s'interroger sur l'intérêt de ce type d'inscription dans le réel. Il ne s'agit en aucun cas d'un avantage du point de vue de la production : le tournage est long et coûteux, la post-production constitue un défi. L'ensemble des prises de vue tournées pendant un an dans un lycée durent être analysées de façon à alimenter une base de données à partir de laquelle les scénaristes ont travaillé, en exploitant toutes les combinatoires possibles, pour fournir la trame confiée aux réalisateurs et monteurs finaux !

Certains programmes illustrent de façon particulière l'intégration des contraintes techniques et des contraintes de production pour proposer des programmes innovants, ce qui constitue une forme de marquage énonciatif du procès de production, donc d'intégration du « réel » dans la matière filmée. Or, même dans le cas où le « réel » serait explicitement du côté du sujet (revendiqué comme tel par l'énonciateur final), il semble qu'il s'agisse simplement d'un mode second d'intégration du procès de financement : dans le cas de American High, il s'agirait surtout de droit d'asile[2], le seul intérêt du procédé par rapport à une sit-com filmée en studio étant de présenter des voitures, des marques de vêtements et différents objets de consommation en situation.

Le cadre induit par la structure du programme peut permettre de contraindre suffisamment le sujet pour en assurer le contrôle, ce contrôle n'étant plus seulement tacite, mais mis en scène. Cette mise en scène de l'emprise ou de l'interaction entre filmeur et filmé se pose en particulier dans le cas de reportages (figure ouverte où le filmeur produit l'interaction) et dans le cas de filmage de type télé-réalité où le cadre d'interaction est clôturé.

Le traitement des sujets d'actualité : distance ou* caméra *coup de poing

Cette question des effets induits et des limites du non-interventionnisme se pose directement dans le cas des reportages d'information : elle a donné lieu à une soirée spéciale lors d'Input 2002.

Au-delà de la question morale interne (le filmeur doit-il filmer des faits choquants sans intervenir, et a-t-il le droit d'intervenir pour dénoncer des affaires privées), on peut voir là,

---

[1] PBS, produit par R.J. Cutler, 2000. Site de PBS (PBS Interactive) : http://www.pbs.org/americanhigh/ . Initialement destinée à être diffusée sur Fox, l'émission a été déprogrammée après quatre épisodes et reprise sur PBS. Diffusion hebdomadaire le mercredi de 22h00 à 23h00 (Côte Est) jusqu'en juin 2001, 14 épisodes.

[2] Coca Cola est le sponsor officiel du film et dispose contractuellement de ces droits.

surtout, des effets de dramatisation plus ou moins réussis. Le non-interventionnisme permet d'obtenir un document (les faits choquants[1]) utilisé comme moyen de dénoncer la non-dénonciation, avec des effets d'abyme et de sérialité. L'interventionnisme permet de produire des coups de théâtre (le narrateur devient un personnage de l'histoire[2]), d'induire un rythme et une continuité entre plateaux et reportages[3].

L'investissement de l'énonciateur dans l'énoncé n'est pas seulement moral, il peut relever d'une mise en cause politique ou physique directe, comme le rappelle un reportage sur l'élimination des journalistes en Biélorussie : la mise en cause de l'énoncé revient à une suppression de l'énonciateur.

Un document scandinave renvoie à une question d'arbitrage : la police diffuse un document accusateur pour des manifestants. Or, son analyse et son recoupement avec d'autres sources démontre, au contraire, la responsabilité de la police. La validité de l'image comme trace demeure donc soumise à la maîtrise du processus énonciatif.

C'est la perte de cette maîtrise qui entraîna la chute du gouvernement péruvien : le filmage de transactions occultes était destiné à pouvoir influer sur les personnes ainsi compromises ; il a permis de démontrer ses malversations.

Télé-réalité

Le principe de Big Brother est formellement semblable, mais énonciativement différent. Les sujets énoncés connaissent l'utilisation des images, leur enjeu personnel est d'utiliser ce dispositif, pour promouvoir leur propre notoriété et apparaître comme des sujets capables de s'énoncer eux-mêmes.

Cet enjeu et les conflits qui en découlent permettent de construire un événement, l'ensemble des médias contribuant à la visibilité du programme susceptible de nombreuses déclinaisons.

On observe d'importantes différences d'acceptabilité suivant les pays de production : les programmes allemands et portugais semblent les plus crûs.

---

[1] Rapporten, Danemark, présente le calvaire de chevaux filmés dans leur transport du nord vers le sud de l'Europe ; le document est présenté à des autorités ou à des personnes, participant au trafique, qui doivent alors prendre position face à la caméra.

[2] Dans Kenyon confronts, Angleterre, le reporteur se fait passer pour un vidéaste spécialisé dans les mariages afin d'obtenir des preuves et de dénoncer des mariages blancs en pleine cérémonie.

[3] Mark Thomas product, Angleterre, utilise le harcèlement systématique d'un homme politique, en combinant reportages et retours sur le plateau pour commenter l'incidence de l'émission sur la question débattue.

La version anglaise exploite au maximum les distances et les frustrations sociales, dans la continuité de la production audiovisuelle britannique, toute catégorie culturelle confondue (inversement, la dimension sociale se perdrait en France au profit du marivaudage).
Un programme suisse, Génération 01[1], pousse au maximum l'ensemble des principes des émissions de type Loft, mais sans être arrêté par aucun tabou. Il s'avère qu'il s'agit d'une fiction, entièrement écrite et jouée par des acteurs ! L'effet fictionnel fonctionne en l'occurrence parfaitement, que l'on connaisse les conditions de réalisation ou qu'on les ignore.
La part de hasard et d'interactivité de ces programmes permet de figurer un transfert de la maîtrise de l'énonciation au profit du spectateur ; le programme suisse retourne cette proposition en réaffirmant la maîtrise du producteur, capable de leurrer le spectateur.

Position des énoncés

L'approche en terme de segmentation, des espaces de discours (espace modal / théâtral) et d'interaction (procès modal / théâtral) entre filmeur et filmé, permet de distinguer les programmes présentés, et de faire apparaître des distinctions manifestes dont ne rendent pas toujours compte les discours de justification occurrents. Cette distinction recoupe largement la différenciation en terme de transparence ou de marquage énonciatif, mais peut s'avérer plus opératoire en retenant des critères de détermination au lieu de critères d'intentionnalité.

Enoncé > énonciateur

La mise en scène d'un énonciateur, énoncé supérieur à l'énonciateur final, donc la constitution d'un procès modal, implique la constitution d'un espace théâtral où la modalisation se produira : cet espace énonciatif est propre à l'énonciateur filmeur, ce peut être des moyens de montage ou un cadre fermé comme un loft.
Cette figure est susceptible de se retourner (l'énonciateur principal réaffirme sa maîtrise), par une sur-modalisation. C'est le cas de Génération 01 : tout était écrit d'avance. Il y a fin de l'indétermination par détermination.

Enonciateur > énoncé

Inversement, la mise en scène d'un énonciateur final supérieur à l'énonciateur énoncé, donc la constitution d'un procès théâtral (un théâtre d'affrontement), implique la constitution d'un

[1] TSR, Point Prod, Genève, réalisé par Noël Tortajada et J-M Fröhle, 1991.

espace modal où la théâtralisation se produira : cet espace énonciatif est propre à l'énonciateur filmé, il s'agit de son espace physique.

Cette figure est susceptible de se retourner (l'énonciateur énoncé réaffirme sa maîtrise), par une sur-théâtralisation. C'est le cas d'un journaliste qui se fait éliminer : rien n'était écrit d'avance, mais la clôture est définitive. Il y a fin de la détermination par indétermination.

La figure peut aussi se retourner quand les énonciateurs, réalisateurs ou journalistes, deviennent trop familiers et ne parviennent plus à filmer une attitude spontanée, les sujets filmés ayant totalement intégré leurs attentes : ce serait le cas de Strip-tease. Il y a fin de la détermination par détermination.

D'autres types de retournements, comme les sous-entendus publicitaires de American High, apparaissent comme une forme d'interaction cachée, donc de sur-modalisation. La détermination des lieux est extérieure au cadre diégétique et relève d'une indétermination par rapport à ce lieu, si elle est établie par rapport à des annonceurs. Inversement, les programmes d'investigation chinois où les journalistes suivent la police relèveraient d'une sur-théâtralisation, dès lors que l'on suspecte une fin et une clôture cachées. La détermination est extérieure et non interne.

La télévision aurait pour caractéristique d'être passée d'un système prédicatif à un système purement propositionnel, montrant un filmé sans le juger, si l'on en croit, par exemple, l'analyse de l'évolution des débats télévisés.
Les programmes présentés à Input permettent de voir qu'il s'agit là, peut-être surtout, d'une ouverture dans l'ordonnancement des prédicats, le filmeur pouvant sciemment renoncer à son autorité ou y être contraint, ou mimer ce renoncement. Sa position prédicative doit, dans tous les cas, être mise en scène (cadre génétique) dès lors que le cadre générique n'assure plus son autorité de fait.

Énonciation et destination des actants

Pour la télévision, l'enjeu principal se situe, néanmoins encore, au niveau de la reconstruction de la réalité, en empruntant les codes de montage de la fiction : il s'agit donc d'effacer les limites du documentaire. Or, dans un festival relativement plus indépendant de la télévision, comme celui de Marseille en 1999, l'enjeu était plutôt de renforcer ces limites.

Ce souci de différenciation doit permettre de légitimer un espace de production autonome, au moins en terme de revendication. En effet, il apparaît dans les discussions entre réalisateurs, à

la suite de la diffusion des films que, pour être recevable à leurs propres yeux, un documentaire doit porter la marque de cette « écriture subjective » que nous avons relevée.

Cette « écriture subjective » différencie les documentaires des formats magazines. Ainsi, la principale difficulté des sujets magazines, aussi bien que des documentaires empruntant à la fiction, est de trouver (et de construire) des personnages attrayants (qui peuvent même devenir entièrement la raison d'être d'une émission, Cf. Strip-tease).

Cet aspect (produire un personnage) peut devenir l'objet même d'un documentaire. Le film se termine alors dès qu'un personnage est trouvé, dès qu'un actant pourrait animer une fiction.

Entre temps, le destinateur est devenu un personnage, sa quête est devenue l'histoire, son regard s'est confondu à la caméra et à la matière même du film. Qu'elle relève de la vidéo ou du film, cette matière est largement mise en valeur, que ce soit par des effets de bougé, de flou ou de granulosité.

Cette dimension « subjective » ne renvoie pas, en effet, à une vision personnelle, mais à une recherche pour motif personnel, passant par une série d'esquisses et de matérialisations partielles, avant que le sujet n'apparaisse entièrement et que le film ne se termine.

Buena Vista Social Club [1] de Wim Wenders, qui avait ouvert le festival, relève très précisément de cette démarche, qui peut aussi intégrer une logique économique.

Le rapport entre le support, l'objet (la recherche d'un personnage) et le sujet (le réalisateur) devient dans le film de Wenders le cœur d'un système de promotion croisée entre les caméras numériques Sony, le disque Buena Vista Social Club et son équipe (le disque est réalisé par son musicien attitré, Ry Cooder).

En l'occurrence, le schéma des films de fiction de Wenders (trouver un personnage, le film s'arrêtant dès que l'action pourrait commencer) recoupe, très exactement, le type de construction dramatique valorisé dans le festival. L'aspect, parfois factice, des tentatives de construction filmique de Wenders, est ici avantageusement remplacé par la magie du son cubain.

Filmé et filmeur, le choc de la rencontre

Dans le cas d'une quête, qu'elle soit subjective, personnelle, intime ou plutôt culturelle et commerciale, c'est donc la recherche du sujet qui constitue le corps du programme, celui-ci

[1] Coproduction internationale, Road Movie Filmproduktion, Kintop pictures, ICAIC, Arte, Channel Four films, 1999.

restant parfois un sujet qu'on ne filmera pas, ou qu'on filmera seulement pour marquer l'aboutissement de la quête.

La rencontre peut, cependant parfois, être un choc en elle-même. En s'engageant dans la thématique « filmer la pensée », Les Etats généraux du documentaire, à Lussas en 2001, ont été justement l'occasion de présenter des films où filmeur et filmé sont chacun mis en cause par la rencontre.
De « filmer la pensée », le fil semble avoir cependant glissé vers « penser le filmé », au sens où la problématique centrale des documentaristes (se penser soi-même par rapport à l'objet filmé que l'on va penser pour le représenter, et qui va penser lui-même sa représentation en tentant d'anticiper la transformation de son image par l'autre, en adaptant l'image qu'il donne de lui) a très vite recoupé la réflexion des penseurs, amenés à se penser en tant qu'objets filmés.

Les différents cas de figure de résistance ou de complaisance, que peut emprunter le penseur filmé, sont bien illustrés par les séries de programmes consacrés à Derrida. Ses entretiens avec Bernard Stiegler (Jacques Derrida) débutent sur la question de l'usage de ces images, Derrida revendiquant un contrôle maximal, tout en étant lucide sur l'impossibilité, pour le filmé, de réellement contrôler ce qu'il advient de son image et de l'image donnée de sa pensée.

Ce principe trouve presque son aboutissement théorique dans le travail de Jean-Luc Godard sur Réné Thom, Réné[1].

Godard utilise, en effet, tout l'arsenal des moyens de post-production dont il dispose (le film permettait de tester un nouveau format vidéo) et dont il est coutumier (incrustations et superpositions de textes, de glyphes et de graphes, insertions d'images d'archives ou de séquences propres), s'autorisant à prendre le contre-pied du penseur dans ses illustrations, notamment contre ses descriptions les plus déterministes.

Néanmoins, l'expression du penseur n'est pas forcément diminuée pour autant : sa théorisation de la catastrophe délivre une étonnante métaphore du travail documentaire. Il définit, en effet, une catastrophe comme la rencontre de deux entités biologiques, cette rencontre modifiant irrémédiablement leur état entropique. Ce peut être la disparition d'un objet au profit d'un sujet (capture), la fusion des deux, la production d'une nouvelle entité

[1] Jean-Luc Godard et Anne-Marie Miéville, Document vidéo, 1976, 52 minutes, collection 6 fois 2 – sur et sous la communication Ina / Sonimages.

(émission)[1], ou un échange par le biais d'une entité tierce (un messager). Le plus beau geste de Godard est alors de terminer son film sur l'étonnant ballet d'une petite fille nue, séquence résistant spécialement à toute tentative d'analyse déterminée au départ, image finale de la liberté, aussi bien contre la volonté du filmeur que du filmé, du penseur que du pensé.

Nous conserverons cette métaphore qui s'applique, peut-être, à l'ensemble du processus de communication tel que la télévision et Internet le dessinent.

Dans le cas d'Internet, l'anticipation des demandes de l'audience, de ses recherches sur Internet, des mots-clefs que les internautes emploieront, peut, en soi, relever de la catastrophe au sens de René.

Le comique

Nous avons déjà souligné, et nous reviendrons sur l'importance des formes parodiques, non seulement à la télévision, mais également dans le cas d'Internet qui permet, à chaque usager, de fabriquer ses propres détournements et de les redistribuer. Le magnétoscope permettait déjà ce type de détournements qui demeuraient, pour l'essentiel, limités à la bande-son et à des incrustations vidéo. Les techniques multimédias permettent d'investir, avec la même facilité, les espaces graphiques et audiovisuels : la technique du « coupé-collé » est une des bases de l'usage d'un ordinateur. On a pu, ainsi, parler d'une « esthétique de la commutation » pour décrire les arts électroniques et les œuvres génératives[2]. Or, cette technique est aussi une des bases de la rhétorique du comique[3], dû à des effets d'inversion, de commutation, de répétition, d'amplification, de disproportion et de ressemblance, suivant les principes analysés par Bergson[4].

« La loi fondamentale de la vie est de ne se répéter jamais » : toute répétition renverrait à une inadaptation, face à laquelle on rit du déraisonnable, pour s'affirmer soi-même raisonnable, le rire réprimant, ainsi, l'absence d'élasticité nécessaire à la vie sociale des victimes de la

---

[1] Le schéma de communication de Shannon correspondrait chez Thom au double processus d'émission et de capture (réception).

[2] Voir par exemple de Evelyne Rogue, Centre de philosophie des activités artistiques contemporaines : « De l'esthétique de l'implémentation à l'esthétique de la commutation et de l'interactivité dévoilante » dans Archée, cybermensuel, septembre 2003 : http://archee.qc.ca/ar.php?page=imp&no=211 .

[3] Voir page 340 l'usage rhétorique du comique dans la caricature.

[4] *Le Rire. Essai sur la signification du comique* Puf, Paris 1940.

moquerie. Ces différentes tropes correspondent à autant de formes de répétition, mécaniques « plaquées sur du vivant ».

Le rire permet également, dans une certaine mesure, de contourner l'inhibition de la censure, ce qui revient à placer la question du comique dans une dialectique complexe, entre répression ou renforcement des interdits sociaux, et contournement des inhibitions ou subversion. Le rire peut, en effet, prendre parfaitement pour objet les normes socio-culturelles elles-mêmes, en faisant apparaître leur dimension mécanique. La moquerie peut fonctionner comme un acte hiérarchique, envers un inférieur qui tente mécaniquement de reproduire les normes de la classe dominante, suivant l'esthétique du burlesque ou du « kitsch ». Elle peut, également, prendre pour objet des « signes de classe » communs à l'émetteur et au destinataire[1].

Télévision et Internet apparaissent alors comme des modèles de diffusion du comique parfaitement opposés. Internet permet immédiatement le détournement et la réponse, tout en permettant d'accéder à un grand nombre d'énoncés sans limites spatiales ni temporelles tant que les données demeurent archivées sur le réseau. La télévision fonctionne suivant des modalités plus hiérarchiques, où les positions de filmeur et de filmé, de moqueur et de moqué, sont rarement réversibles. De par sa forme audiovisuelle et sa diffusion continue la télévision manifeste néanmoins des particularités énonciatives qui, dans le cas du comique, renvoient paradoxalement à la supériorité finale du destinataire[2].

L'expression du comique, entendu donc comme l'application des effets rhétoriques définis par Bergson, peut se faire, à la télévision, à au moins quatre niveaux distincts.

1. Un niveau figuratif, où l'on peut dénoter des chutes, des substitutions, des effets rythmiques, suivant des ressorts burlesques langagiers et visuels non spécifiques à la télévision : on les retrouverait en littérature, au théâtre, dans les arts graphiques et dans tous les types de spectacle.
2. Un niveau analysable en terme d'acte de langage, consistant à déplacer ou dénier l'intention de l'émetteur. On peut, ainsi, reprendre les notions d'actes perlocutoires,

---

[1] Distinction proposée par Oscar Steimberg (Université de Buenos Aires) : « Le texte-archive ou la recherche des canons de lecture dans les univers audiovisuels en dissémination. », communication présentée au CEISME (Centre d'Etudes des Images et des Sons Médiatiques), Histoire et Théorie de la télévision des années 70, François Jost, Université Paris III, le 7 décembre 2000.

Cf. Susan Sontag « Notes on camp » texte cité *infra*.

[2] L'accès à des archives télévisuelles, que ce soient celles de l'Ina ou celles d'Input, ne dépend encore que d'une forme de surqualification du destinataire en tant que chercheur ou en tant que producteur. La mise en ligne d'une partie des archives de la télévision, numérisées par l'INA, depuis avril 2006, changera peut-être cette donnée.

illocutoires ou d'intention de présenter une fiction que proposait François Jost pour préciser le positionnement des émissions de télévision[1]. Habermas a, également, proposé d'aborder les médias en fonction du type de prétention à la validité instaurée, rationnelle ou émotionnelle.

a. Intention illocutive : l'émetteur prétend parler vrai et chercher à convaincre en utilisant des arguments rationnels. Le comique pourra alors consister à substituer à ces marqueurs ceux d'une autre intention :

   i. Montrer l'irrationalité d'un discours construit uniquement en fonction des intérêts de l'énonciateur, dans une visée plutôt perlocutive de production d'assentiment. Une parodie de publicité lessivière ou de journal télévisé pourra intervenir sur ces niveaux, en poussant le discours parodié jusqu'à l'absurde et jusqu'à la dissonance. L'énonciateur peut également être réduit à un statut de ré-énonciateur, par exemple quand Les Guignols[2] présentent Jean-Pierre Elkabbash en train de tenir le discours de Nicolas Sarkozy[3].

   ii. Les Guignols jouent, très souvent, d'un effet de commutation entre les énonciateurs représentés par des marionnettes : par exemple, le Ministre de la santé tient le discours du Ministre de l'intérieur en annonçant des mesures anti-immigration à l'encontre des oiseaux migrateurs soupçonnés d'apporter la grippe aviaire[4]. La visée perlocutive serait de faire peur.

   iii. Montrer que la cohérence du discours est d'ordre fictionnel, celui-ci étant donc complètement décollé de la réalité. Les Guignols et Groland[5], sur Canal Plus, jouent ainsi d'effets diégétiques propres à

[1] « La promesse des genres », Réseaux n°81, CNET 1997.

[2] Les Guignols de l'info, parodie de journal télévisé diffusée à 20h00 sur Canal Plus, de Lionel Dutemple, Bruno Gaccio, Ahmed Hamidi et Julien Hervé, inspirée de Spitting Images, satire politique britannique utilisant des marionnettes diffusée le dimanche soir au Royaume-Uni de 1984 à 1992, devant près de 12 millions de spectateurs (un quart de la population britannique adulte) sur Central Independent Television (réseau ITV).

[3] Émission du 15 février 2006.

[4] Émission citée *supra*. Programmes étudiés avec les étudiants de Licence 2, UFR Cinéma audiovisuel, Paris III, 2006, dans le cadre de travaux dirigés en esthétique de la télévision (histoire des formes télévisuelles).

[5] 7 jours au Groland, écrit par Moustic, Benoît Delépine, Francis Kuntz dit Kafka, Gustave de Kerven, Franck Benoist, Jean-François Hali, émission hebdomadaire diffusée le samedi à 20h25 sur Canal Plus, faisant suite à

l'univers qu'ils proposent comme décalque parodique du monde politique et audiovisuel.

b. Intention perlocutive : l'émetteur cherche à produire un effet émotionnel sur le destinataire.

   i. Toute émission comique rentre en elle-même dans ce cadre, ce qui peut consister aussi à dénier la moquerie contenue dans l'intention comique, réelle ou supposée, d'un autre. Les Guignols parodient ainsi régulièrement l'humour raciste de Philippe de Villiers ou de Jean-Marie Le Pen.

   ii. Les publicités, le télé-achat sont très souvent parodiés par commutation en substituant à l'effet d'envie devant induire l'achat du produit présenté un effet de dégoût, physiologique ou idéologique. Une fausse-pub des Nuls présentait, ainsi, une parodie de publicité pour des déguisements permettant aux enfants de jouer au nazi et au déporté.

   iii. La cohérence fictionnelle d'un univers, construit dans une intention perlocutive, peut également permettre des jeux de commutation comique. La principale occurrence est cinématographique : Ladri di saponette[1] met en scène le transfert de personnages, entre un film-hommage au néo-réalisme et les spots publicitaires d'une télévision berlusconienne.

c. Intention de produire une fiction. Tous les critères de cohérence diégétique et d'inscription formelle d'un contrat de fiction[2] peuvent être déplacés, soit suivant des effets d'abyme qui renvoient à la situation d'énonciation de la fiction, soit en inversant des critères liés à un genre, comme la hiérarchie des personnages principaux ou leurs univers de référence. Cet aspect pourra se

---

Groland Sat, autonomisation des séquences 20h20 et Canal International dans le cadre de l'émission Nulle Part Ailleurs.

La micronation fictive de Groland est indexée en tant que telle sur Wikipedia : http://fr.wikipedia.org/wiki/Groland .

[1] Maurizio Nichetti, Italie, 1989.

[2] Au sens des opérations nécessaires à la mise en œuvre d'un mode de réception fictionnalisant définies par Roger Odin : construction d'une narration, diégétisation, fictivisation (construction d'un énonciateur fictif qui masque la construction de l'énonciateur réel), mise en phase (vibrer au rythme des évènements racontés). « La question du public. Approche sémio-pragmatique » dans *Cinéma et réception* Réseau vol 18 n°99 / 2000 pp. 57-58. *De La Fiction* De Boeck, Bruxelles 2000.

retrouver dans des sketchs télévisuels ; il constitue une veine à part entière du cinéma comique, de Mel Brooks à Mike Meyers, en passant par Casino Royal[1].

Les dispositifs de type « caméra cachée » utilisent une inversion originale de ce principe : une personne est prise dans une mise en scène, la révélation de la supercherie l'obligeant à partager le comique d'une situation qu'elle croyait réelle alors que c'était donc une fiction. Le « c'est la caméra cachée » signifie l'irruption d'un énonciateur réel dans une situation fictive qui était, pour le sujet « victime », réelle. Pour des raisons de production, la victime peut être un acteur, l'ensemble relevant d'une mise en scène : cela ne change pas les principes de ce comique, mais « ça rend la situation moins drôle », dès lors qu'on le sait ou qu'on peut le suspecter[2].

3. Un niveau proprement énonciatif, renvoyant aux positions réciproques de l'émetteur et du récepteur. Les traits figuratifs et pragmatiques présentés dans les deux points précédents impliquent en effet, par principe, de reprendre le discours d'un locuteur préexistant.

    a. Par défaut, le niveau figuratif correspond aux intentions cognitives minimales de tout être humain : ne pas tomber, ne pas refaire deux fois la même erreur, et ne pas être pris pour un objet – ou alors, il faut que l'effet comique corresponde à l'intention de faire rire. Admettre le fait de devenir soi-même risible comme relevant d'une intention volontaire, peut être également un moyen de sauver la face.

    b. Cette dimension peut donner lieu à des chaînes de ré-énonciations très complexes, telles que des parodies de parodies, où l'identification des déplacements comiques implique de disposer des ressources culturelles actualisées, permettant d'identifier les énonciateurs moqués et de caractériser leurs intentions initiales. La reprise de films familiaux dans Vidéo-gag donne,

[1] Parodie de James Bond co-réalisée par Val Guest, Ken Hughes, John Huston, Joseph Mc Grath et Robert Parrish, Etats-Unis / Royaume Uni 1967.

[2] Le principe de la caméra cachée fait également partie des moyens habituels de dramatisation et d'authentification d'un reportage journalistique en intégrant dans sa forme le caractère périlleux de sa réalisation : Pierre Carles a pu démontrer dans ses films sur la télévision (Pas vu à la télé, Pas vu pas pris, Enfin pris, cités *infra*) toute l'artificialité de ce dispositif, en faisant apparaître les doubles discours de justification qui y sont liés. L'emploi de cette méthode (« un procédé malhonnête ») lui était dénié dans ses enquêtes par des journalistes qui utilisaient pourtant systématiquement une caméra cachée pour leurs émissions.

par exemple, déjà accès à plusieurs niveaux interprétatifs, suivant l'identification du contexte originel que la présentation de l'émission pourra tendre à effacer ou à souligner. La topique « un noir se brûle la figure en allumant son barbecue parce qu'il a voulu faire comme un blanc », pour récurrente quelle soit, est rarement identifiée formellement comme raciste dans la diffusion française. Elle n'a pas donné lieu à des polémiques comparables aux effets des sketchs de Dieudonné.

c. Le spectateur dispose, en outre, d'un pouvoir proprement télévisuel, en tant qu'il se situe au bout de la chaîne d'énonciation et que la télévision est reçue dans un cadre privé : celui de pouvoir se moquer souverainement des programmes diffusés, de rire en écoutant des communiqués officiels ou les vœux présidentiels.

4. Un dernier niveau correspondrait à l'ensemble des jeux de focalisation et de figuration de la circulation des regards, propres aux médias audiovisuels, tels qu'ils ont pu être caractérisés en particulier par Daniel Dayan[1]. Le rire *de* et le rire *avec* seraient, en cela, les prototypes du fonctionnement du regard spectatoriel. Le montage est évidemment prépondérant, mais des commentaires ou une voix-off peuvent également contribuer à guider le regard. L'émission Vidéogag utilise, ainsi, des commentaires énoncés sur un ton enfantin pour renforcer le comique de situations, où des adultes sont victimes d'un comportement infantile devant des enfants consternés (tomber d'une balançoire, etc.), dans une de ses thématiques récurrentes. Ce niveau est certainement le plus important du point de vue d'une analyse idéologique, dans la mesure où il détermine l'interprétation finale des énoncés. Les jeux de regard, en réception, redoublent, précisément, les jeux d'intégration du spectateur et d'exclusion du sujet qui peuvent être ainsi incorporés au programme.

Google : visibilité et identification de l'énonciateur sur Internet

À l'inverse des principes complexes de hiérarchie de l'énonciation que nous venons d'observer à la télévision dans les émissions de parole, de sport, dans le documentaire et dans le registre comique, Internet fonctionne, pour l'essentiel, suivant un principe de juxtaposition.

[1] *Western graffiti* Bibliothèque des signes, Clancier-Guenaud, Paris 1983.

Quand cette juxtaposition ressemble à une commutation, indue par rapport à l'intention supposée des émetteurs, le comique réapparaît alors parfois.

Une page peut contenir de nombreux liens, voire des parties d'autres sites ou des formulaires commerciaux, sans que cela ne soit particulièrement signalé : l'énonciateur de la page, bien que la loi française l'y oblige, n'est pas toujours formellement identifiable.

Cette question se pose, en particulier, dans le cas des moteurs de recherche dont une des ressources économiques est de proposer l'affichage de liens commerciaux, indexés en fonction des requêtes : après de nombreuses inquiétudes et protestations de tous les groupes de pression[1] opposés à un mélange publicité / indexation masquée, les moteurs ont pris le parti d'une présentation claire de ces différents niveaux.

Ainsi, il est possible d'investir financièrement pour accroître la visibilité de son site, en l'associant commercialement à un certain nombre de mots clefs : les résultats de cette requête, automatiquement associés aux index, sont donc, normalement, présentés clairement à part, par volonté des portails de ne pas s'exposer à des controverses sur ce sujet.

La partie de la page 'indexation indépendante de toute proposition commerciale' dépend d'une analyse logicielle des fréquences de renvois entre mots-clefs : cet aspect est donc régulièrement détourné par les usagers, pour contrebalancer une visibilité qui leur semble par ailleurs indue.

En l'occurrence, une campagne d'envoi de courriers non désirés, utilisant une base d'adresses peu claire (ok2mail) a entraîné la diffusion massive, en plusieurs vagues, d'un courriel politique, à partir du 28 septembre 2005, dont voici un extrait[2] :

> *Pour sortir de cette crise, pour restaurer la confiance, nous devons apporter des réponses simples, rapides et efficaces aux questions posées par les Français sur l'emploi, l'immigration, la fiscalité ou la sécurité. C'est pourquoi je vous invite à participer aux débats et aux votes qui décideront du projet qui sera porté par l'UMP en 2007.*

Cette diffusion renvoie au problème classique des *spams* (ou pourriels), mais elle a particulièrement choqué : elle émanait en effet d'un membre du gouvernement prônant un

---

[1] Dont le pouvoir de nuisance tenait peut-être plus à la capacité de piratage ou d'exploitation des failles d'Internet qu'au poids réel dans l'espace public.

[2] Voir Libération du 1er octobre 2005 « Sarkozy persiste et respame, des internautes saisissent la Cnil », Thomas Lebegue.

encadrement très strict d'Internet. Cette intervention a pu apparaître alors comme une emprise indue d'une campagne politique dans la vie privée, d'autant que son auteur soutenait un contrôle très policier de celle-ci.

En réponse, un très grand nombre de sites et de pages personnelles ont proposé, par multiplication de références volontairement artificielles, de faire automatiquement associer son nom à celui d'Iznogoud dans le moteur Google[1], avec une efficacité manifeste, suivant un procédé appelé « google bombing »[2].

Or, à partir du 5 novembre 2005, le même énonciateur semble avoir investi le système de liens sponsorisés de Google, *Adwords*. Les termes « violence», « émeutes », « banlieue », « voitures brûlées », ou encore « racaille » renvoyaient, sous la rubrique des liens sponsorisés, au parti de Nicolas Sarkozy et à une pétition de soutien à sa « politique de fermeté ». L'UMP aurait admis que cette campagne correspondait aux consignes données à son prestataire officiel de service, L'Enchanteur des nouveaux médias[3], bien que son directeur, Arnaud Dassier, ait réfuté avoir sciemment préempté les champs lexicaux controversés, malgré les captures d'écran citées.

L'UMP est-il réellement l'initiateur de ces actions ? On a pu évoquer une volonté malveillante. Le *spaming* et les index incriminés auraient pu parfaitement relever d'un *hoax*, un canular consistant à utiliser la difficulté d'identification précise de l'énonciateur pour faire endosser par son adversaire la responsabilité d'un énoncé censé le décrédibiliser. Le *Google bombing* parodie précisément, en ce sens, les moyens (l'indexation) permettant d'assurer la visibilité sur Internet, tout en utilisant ces mêmes moyens (la multiplication de références censées déterminer la popularité et la pertinence d'un lien)[4].

---

[1] *Nicolas Sarkozy renvoie vers le site officiel du film Iznogoud (film) et Iznogoud renvoie vers la biographie officielle de Nicolas Sarkozy* (Wikipedia).

[2] Voir l'article correspondant sur Wikipedia : http://fr.wikipedia.org/wiki/Google_bombing détaillant les phases du processus et cette affaire.

[3] ZD net, Estelle Dumont « L'UMP renchérit sur 'racaille' pour soutenir Sarkozy via Google », 7 novembre 2005 ;
captures d'écran avec le mot « racaille » : http://www.zdnet.fr//i/edit/39285264/racaille.jpg .
avec le mot « voiture brûlée » : http://www.zdnet.fr//i/edit/39285264/vb.jpg .

[4] Cf. Jean-François Méla, Institut Galilée Paris 13, notamment « La méthode du Pagerank utilisée par Google », communication, séminaire MSH Paris Nord juin 2004, « La Hiérarchie selon Google » dans La Recherche n°381, 1er décembre 2004.

Si elle est authentique, l'expérience n'avait, sans doute, pas d'autre but que de mesurer les réactions éventuelles, dans l'espace public, à une telle prise de pouvoir sur le devenir public des mots. Elle illustre, dans tous les cas, les enjeux énonciatifs qui demeurent, quant aux catégorisations retenues par les portails Internet, alors qu'ils n'ont ni pour fonction, ni pour ambition, d'en assumer directement la responsabilité.

Capture d'écran des pages Google avec le terme « voiture brûlée ».

La préemption de mots-clefs dans Google semble de plus en plus récurrente dans le cas de polémiques ou de campagnes de lobbying. Le SNEP (Syndicat national des éditeurs phonographiques) aurait ainsi acheté les mots-clefs 'P2P / Peer to peer / DADVSI / Projet de loi / Droit d'auteur / Copie privée / Téléchargement musique' pour que toute recherche, sur ces termes, entraîne l'affichage d'un lien publicitaire contextuel « Google Adsense », vers son site, disquenfrance.com[1] :

> *Résolument orientée contre la licence globale, la page sert parfaitement la propagande des industries du disque, jusqu'à expliquer "pourquoi les DRM ne sont pas le diable"*[2]*. Cette page a d'ailleurs un ressort plutôt comique, avec en dernière question de l'internaute imaginaire :* "Au bout du compte, j'ai vraiment l'impression qu'on a diabolisé les DRM comme on a pu diaboliser les inventions au moyen-âge". *Réponse du*

[1] L'objet de ce lobbying est abordé page 66.

[2] http://www.disqueenfrance.com/internet/drm.htm .

Snep : "C'est vous qui le dites !". *Une FAQ semblable pourrait facilement être réalisée pour conclure sur la même question, légèrement retournée :* "Au bout du compte, j'ai vraiment l'impression qu'on a diabolisé le P2P comme on a pu diaboliser les inventions au moyen-âge" [1].

En février 2006 l'acronyme CPE a été préempté pour pointer vers le site du Premier ministre consacré au Contrat nouvelle embauche et vers la pétition pour l'emploi des jeunes sur le site de l'UMP.

Limites juridiques

Ces utilisations politiques détournent donc en fait un système dont la vocation est initialement publicitaire : le principe de préemption de mots-clefs devait permettre à des entreprises de présenter leur service en anticipant les recherches des usagers. Or, cette pratique a évidemment donné lieu à des détournements proches du principe consistant à acheter des noms de sites se rapportant à la marque d'un concurrent. Plusieurs décisions de justice ont contribué à éclairer le statut des termes mis ainsi aux enchères.

Louis Vuitton, la chaîne d'hôtels Méridien et l'assureur Geico [2] ont porté plainte contre Google pour les mêmes raisons : lancer une recherche sur leur marque faisait apparaître une annonce promouvant leurs principaux concurrents dans la rubrique « liens sponsorisés ».

La société Google a argumenté en rapprochant ce principe du *couponing*, un supermarché pouvant par exemple proposer des bons de réduction pour une marque concurrente de celle que vient d'acheter un client sans qu'il y ait là entrave au droit des marques.

Les tribunaux français ont pourtant donné raison aux plaignants : Google a été condamné à payer 200000 euros à LVMH pour pratique abusive en février 2005[3]. La société a également été condamnée en référé en janvier à ne plus afficher de publicité pour des concurrents dans l'affaire l'opposant aux hôtels Méridien depuis octobre 2004[4].

---

[1] « DADVSI, le SNEP fait sa campagne sur Google », Ratatium, site consacré aux « médias et loisirs numériques » édité par PressTic, le 4 mars 2006, Guillaume Champeau : http://www.ratiatum.com/news2903_DADVSI_le_Snep_fait_sa_campagne_sur_Google.html

[2] « Un nouveau procès pour Google » Pc Impact du 15 décembre 2004, information reprise de Global Technology.

[3] « Google perd la bataille contre Vuitton Malletier » Pc Impact du 6 février 2005, information reprise de Cnet News.

[4] « Google condamné pour ses Adwords » Pc Impact du 19 janvier 2005, information reprise de Juriscom. Tribunal de grande instance de Paris, 16 décembre 2004.

Ces jugements ont été confirmés en appel et sur le fond. Google a dû ainsi payer près de 90000 euros à la suite du jugement d'appel prononcé à Versailles dans le procès l'opposant aux sociétés propriétaires des marques Bourse des vols et Bourse des voyages[1].

Les procès ont en outre mis en cause un aspect assez pernicieux du mécanisme de vente des Adwords. Le générateur de mots-clefs proposait directement de préempter les termes 'Méridien' à tous les annonceurs du secteur de l'hôtellerie, suivant le constat d'huissier fourni lors du procès en référé. Les avocats de Google ont contesté la loyauté de ces preuves et la validité juridique des captures d'écran. Ils ont également argumenté sur le fait qu'ils n'étaient que des fournisseurs techniques de service. Suivant la loi sur la confiance dans l'économie numérique, leur responsabilité ne devrait donc pas être engagée dès lors que leur activité dans son ensemble est considérée comme licite. Ces arguments n'ont pas été retenus et l'ensemble des pièces versées au dossier a été validé. En particulier, le tribunal a souligné que Google exerçait une activité publicitaire et pas seulement une activité de référencement. Google a été condamné en appel pour contrefaçon, condamné à 150000 euros d'amende et à une astreinte journalière de 5000 euros en cas de non-modification des référencements litigieux[2].

Ce jugement est important ; dans un procès précédent, la responsabilité de Google avait déjà été reconnue mais moins directement engagée. Dans le procès opposant Google à Kertel, Cartophone, concurrent de Kertel, avait été condamné pour contrefaçon mais Google ne l'avait été que pour défaut de conseil et pour le préjudice conduisant à favoriser une *activité contrefaisante*[3] en en faisant la publicité.

Si la simple citation d'une marque ou d'un nom peut devenir litigieuse, c'est néanmoins tout le principe des portails et leur usage pour augmenter la visibilité d'une marque ou d'une personne qui serait remis en cause.

Être « googlé »

Pour tous les individus, en particulier ceux qui recherchent un emploi, Internet est un espace de promotion personnelle, évidemment beaucoup plus facilement accessible qu'une

---

[1] « Bourse des vols : Google condamné en appel » Pc Impact du 17 mars 2005, information reprise de l'Afp.

[2] Tribunal de grande instance de Nanterre 1ère chambre. Jugement du 02 mars 2006.
Voir Legalis.net : http://www.legalis.net/breves-article.php3?id_article=1599 .

[3] Tribunal de grande instance Paris 3ème chambre, 2ème section. Jugement du 8 décembre 2005.
Voir Legalis.net : http://www.legalis.net/jurisprudence-decision.php3?id_article=1566 .

intervention dans les médias, bien que la chaîne Demain [1] ait cette finalité, comme précédemment l'expérience d'une « chaîne de l'emploi ». La visibilité des *blogs* ou des pages personnelles dépend, néanmoins, toujours de la qualité de l'indexation, ce qui a pu justifier l'expression « se googler », dans les articles de presse relatant cet aspect de la recherche d'emploi.

Les *blogs* peuvent, également, servir à la surveillance des employés : « Un règlement concernant les blogs d'employés et leur contenu aurait été mis en place dans environ 8 % des entreprises américaines, selon une estimation de la Society for Human Resource Management en 2005 », indique ainsi Libération dans un de ses cahiers consacrés à l'emploi[2]. Les *blogs* des employés seraient ainsi couramment vérifiés par des cyberdétectives au service des entreprises.

Les journaux de bord sur Internet pourraient, néanmoins, servir à « soigner son profil », en donnant des éléments qui corroborent les CV envoyés. Si les enquêtes de pré-embauche sont en effet interdites en France par le code du travail, rien n'interdit de lancer une recherche autour du nom d'un candidat[3] :

> *« Googler» les candidats (taper leur nom dans un moteur de recherche pour lire les pages qui les concernent) est devenu systématique chez les chasseurs de têtes. «Le salarié doit soigner sa "réputation en ligne", prévient Yannick Fondeur, économiste à l'Institut de recherches économiques et sociales (Ires). Dans son blog, mais aussi à travers toutes les traces, souvent indélébiles, qu'il peut laisser sur l'Internet : le message posté sur le blog d'un autre, la signature d'une pétition en ligne... On a tendance à abandonner l'anonymat sur la Toile, à assumer ce qu'on dit. Ce qui peut devenir problématique : un message vite écrit sera plus ou moins bien orthographié, une réaction qui semblait pertinente le paraît moins l'émotion retombée... ».*

---

[1] *Depuis sa création en 1997, DEMAIN est le seul service multimédia entièrement dédié à l'emploi, à la formation, à la reprise et à la création d'activité, à l'entreprise, à l'initiative au développement économique local, enfin à la cohésion sociale. DEMAIN a été créé en 1997 par Martine Mauléon et l'équipe du "Journal de l'Emploi" de CANAL+. La chaîne est restée dans le groupe CANAL+ jusqu'en juin 2004, date du rachat par la société YmédiaS qui regroupe des professionnels de la presse et des médias emmenés par le journaliste Yacine Sabeg.* Texte de présentation de la chaîne sur son site Internet http://www.demain.fr/ .

[2] « A l'heure de Big Bloggeur », Libération du 20 février 2006, Emmanuelle Richard, Los Angeles.

[3] « Prêt pour être googlé », Libération du 20 février 2006, Sonya Faure.

Cet effet d'archivage d'Internet, construisant une sorte d'espace public indélébile, impliquerait donc de contrôler encore plus précisément tous les énoncés que l'on peut produire.

Wikipedia et falsification

Si l'encyclopédie contributive Wikipedia[1] recense avec beaucoup d'utilité les détournements des fonctions de recherche d'Internet, elle n'en est pas moins elle-même l'objet de falsifications intentionnelles, en particulier de fausses biographies, exagérément hagiographiques ou insultantes.

Les procédures de modification des articles permettent normalement de gérer ce problème, en particulier en détectant automatiquement des modifications réitérées, correspondant donc à une mini polémique dont l'objet, pour les contributeurs, est de maintenir ou dénaturer l'état d'un article : par exemple, réintroduire une falsification dans une biographie, pourtant corrigée par un autre contributeur.

L'enjeu est, *a priori*, plutôt de tenter d'imposer une interprétation comme une vérité « encyclopédique » que d'imposer la présence d'un énonciateur, bien que l'on puisse imaginer les problèmes narcissiques que l'altération de leur article posent à des contributeurs, malgré l'anonymat des contributions. Le pseudonyme du contributeur apparaît seulement dans les archives des contributions[2].

L'archivage systématique des modifications permet, ainsi, de revenir à une version « non corrompue » d'un article. Les biographies de ministres en exercice sont donc, *a priori*, relativement neutres ; les éventuels outrepassements de cette neutralité sont signalés sur les pages incriminées, dès que des relecteurs en font la remarque, un lien pointant vers les pages de discussion afférentes, qui permettront de débattre et de décider si une contribution relève du principe de neutralité revendiqué par cette encyclopédie, ou d'une orientation devant être corrigée.

La limite et l'intérêt de ce principe est de relier correction et lecture : plus un article est lu, plus il a d'impact public, plus les principes de neutralisation des orientations peuvent

---

[1] Structure à but non lucratif créée en janvier 2001 aux États-Unis par Jimmy Wales. Il existe également des cas de censure à l'encontre de Wikipedia, en particulier en Chine depuis octobre 2005.

[2] Sauf maladresse de sa part (adresse de courriel trop explicite) ou enquête poussée (vérifier toutes les connexions vers Wikipedia depuis un serveur donné) son anonymat est difficile à lever, d'autant que certaines contributions ne renvoient pas forcément à un contributeur identifié. De nouvelles procédures entrent en application en janvier 2006 visant à limiter les contributions d'utilisateurs non enregistrés.

fonctionner. Inversement, des articles sur des aspects sectoriels marginaux ont d'autant plus de chances d'être falsifiés voire d'être diffamatoires. Une relecture systématique des articles par un comité d'« experts »[1], a été envisagée pour éviter ces dérives ; elle ramènerait néanmoins le projet aux contraintes normatives, propres à toute publication à visée scientifique, ce qui semble difficilement imaginable à son échelle et n'exclut pas forcément tous les problèmes[2].

Elle pose, en outre, la question de la relation auteur – lecteur et de leur appartenance éventuelle à une sphère commune. Le principe d'un comité de lecture correspond au principe de publications savantes, où, suivant les termes de Bourdieu, le nombre de contributeurs est sensiblement égal au nombre de lecteurs.

Or, les cas de falsification, relevés dans la presse sur Wikipedia[3], renvoient à des problèmes essentiellement privés, ce qui explique aussi qu'ils n'aient pas été corrigés rapidement : seules les personnes incriminées pouvaient être intéressées par leur biographie. Le New York Times[4] fait ainsi état d'attaques contre la réputation de journalistes locaux, par le biais de fausses biographies, le rédacteur retraité d'un journal du Tennessee se retrouvant par exemple impliqué dans l'assassinat du président Kennedy ! Le collègue à l'origine de cette blague aurait fini par se dénoncer devant l'ampleur prise par sa farce. En l'occurrence, relier le nom d'une personne à un problème occurrent, lié à des mots-clefs souvent utilisés sur Internet, peut effectivement donner une visibilité accrue à un article, et dépasser l'intérêt limité qu'il y aurait à falsifier la biographie d'un inconnu, suivant un principe proche du *bombing*.

---

[1] Wikipedia doit aussi son existence et sa crédibilité aux relectures assidues et bénévoles (ou du moins tolérées par leur institution sur leur temps de travail) du réseau des bibliothécaires américains : les conservatoires de l'écrit sont alors au service des nouvelles technologies de communication.

[2] Voir par exemple les controverses provoquées par Alain Sokal à la suite de la publication scientifique d'un article volontairement parodique, « Transgessing the boudaries : towards a tranformative hermeneutics of quantum gravity » dans *Social Text* 46-47 pp. 217-252, 1996 et de la révélation de son intention parodique dans « A Physicist experiments with cultural studies », *Lingua Franca* juin 1996 pp. 62-64, puis de la publication d'un ouvrage avec Jean Bricmont *Impostures intellectuelles* Odile Jacob, Paris 1997. Ses pages sur le site de l'Université de New York proposent une chronologie complète des échanges avec la reproduction des principaux textes de la polémique :
http://physics.nyu.edu/faculty/sokal/ .

[3] Un site Internet est également consacré à la traque des fausses informations sur Wikipedia :
http://www.wikipedia-watch.org .

[4] « Wikipedia : cherchez l'erreur et son auteur » Katharine Q. Seelye, article reproduit dans Courrier International du 22 décembre 2005.

Les portails audiovisuels & multimédias

Limites de la convergence entre service de diffusion et identité éditoriale

La notion de portail Internet présente une nouvelle forme d'interface de diffusion, peut-être le prototype de nouveaux intermédiaires entre les diffuseurs de programmes et le public. On peut néanmoins s'interroger sur la viabilité de ces entités, à travers les représentations de la communication sur lesquelles elles se fondent[1].

Ces questions relèvent de problèmes assez délicats, touchant à des polémiques tant légales que morales, éthiques, économiques ou politiques, et à des problèmes de piratage, de performance technique et de viabilité. Les premiers portails mis ainsi en place sur le *wap*, ont été des éches complets, comme Vizzavi, grevant le budget de Vivendi et écornant son image[2].

L'action du public tend à produire ou à se muer en action publique, avec des conséquences probables sur la structure à venir de ces médias, en fonction des représentations qui s'imposeront.

Un moyen technique devient une entité discursive et éditoriale avec un énonciateur qui sera sommé d'assumer les discours qu'il retransmet, ou auxquels il donne accès.

Cela pose un problème d'acceptabilité des discours, des apologies inacceptables ayant pu être diffusées : Yahoo a ainsi présenté du matériel de propagande Nazi. Plusieurs actions judiciaires ont été nécessaires pour que ce portail intègre un système de filtrage qui évite ces dérives.

Cette question soulève néanmoins un problème de jugement : comment aborder des questions d'acceptabilité de discours sans se référer soi-même à une norme ou une éthique, donc à un énoncé extérieur que l'on invoque, mais qui demeure ininterrogeable ?

Pour se situer en dehors des questions de contenu de ces polémiques, nous tenterons d'en aborder les éléments, uniquement en terme de compatibilité avec l'ensemble des énoncés sur lesquels un groupe humain va s'entendre.

---

[1] Une première version de ce texte a été présentée lors des journées doctorales ASSIC, mai 2001, Université Paris III.

[2] Pour une perte de 71 millions d'euros au 30 juin 2001, d'après Les Echos du 11 octobre 2001.

D'un moyen technique à une nouvelle entité éditoriale

Entre les diffuseurs et les récepteurs se trouvent des portails dotés d'interfaces : dans le cas de la télévision hertzienne, une télécommande avec des numéros permettant de piloter le choix du canal de réception ; un monopole technique (TDF) et politique (l'attribution des concessions) en détermine la structure.

À l'inverse, Internet fonctionne suivant un modèle de marché ouvert, impliquant une fonction de coordination pour pouvoir accéder à l'offre : aussi bien pour trouver les adresses des sites, que pour disposer d'une information les qualifiant.

La télécommande ne délivre aucun jugement, elle n'est qu'un intermédiaire, un moyen – à moins de penser à la numérologie ou aux affres du CSA et de TDF, à chaque pression sur un nouveau numéro[1].

A contrario, un portail Internet propose, en même temps que des adresses, des jugements, des catégories, des classifications, ainsi que différents moyens de feed-back (achat à distance, forums de discussions), à travers des parti-pris graphiques et éditoriaux qui lui sont propres et qui permettent de l'identifier. Ce n'est donc pas seulement un moyen technique, un intermédiaire, mais une entité morale dotée d'une « fin propre ».

Or, le spectateur-internaute n'est peut-être lui-même qu'un intermédiaire, dans un procès caché, commercial ou idéologique. Ou, au contraire est-il lui-même un médiateur, qui va s'approprier et requalifier les offres qu'on lui propose ?

Suivant les termes de Bruno Latour[2], l'appropriation passe par un « dépliage » (en référence à Gilles Deleuze) des objets (reconstituer le fil de leurs implications et des finalités que ceux-ci présupposent), qui deviennent interrogeables en termes moraux.

La constitution des publics de (multi)médias renverrait précisément à ce type de construction de l'implication : Yahoo était un bon exemple de portail proposant, entre autres services, un annuaire et des pages où des objets sont proposés à la vente, dont des objets nazis. Il demeure que l'accès à Internet n'est pas hiérarchique et circonscrit à un territoire ou à un abonnement particulier, ou à une offre particulière, à l'inverse d'une offre de télévision.

---

[1] Voir ainsi les controverses autour de l'attribution des numéros de canaux pour les chaînes sur la TNT, en particulier entre France Télévision, qui rebaptise Festival France 4 à cette occasion, et Canal Plus.

[2] Bruno Latour, *La Fin des moyens*, dans *Communiquer à l'ère des réseaux*, Paris, Hermès, Réseaux n°100, 2000.

On peut donc voir ces objets, en « déplier » toutes les significations négatives, et attribuer à leur messager la responsabilité de leur divulgation technique, énonciative, éditoriale.

Les portails pourraient donc être vus, en eux-mêmes, comme un « dépliage » de la télécommande ; à partir du moment où un portail qualifie les énoncés qu'il propose, il se distingue de ses concurrents aux caractéristiques techniques équivalentes, et se positionne par rapport à eux. En fait, il est sommé d'assurer son caractère de fin et non seulement de moyen.

Discours, altérité, territoire : vers un public messager

On peut donc se demander si ce principe de portails éditoriaux (assurant la fonction de coordination pour le récepteur face à une offre non hiérarchisée et également accessible) nous amène vers la communauté d'un village global - au sens de Mc Luhan[1], s'ils s'adressent à des publics homogènes en terme de fins, mais dispersés territorialement - au sens des publics diasporiques de Daniel Dayan[2], ou s'ils ne font que renforcer l'altérité du récepteur.

Ainsi, tout public non cible « déplie » un énoncé en le mettant en relation avec des énoncés constitutifs de sa communauté, la mémoire de la Shoah par exemple. Il se constitue, par là même, en tant que groupe dans l'espace des médias, en mettant en évidence, dans l'espace public, les finalités du produit ou de l'énoncé inacceptables. Ce passage se fait évidement par des relais, des leaders d'opinion, qui vont relever cet énoncé et appeler à se manifester à son encontre.

Inversement, tout récepteur cible replie l'énoncé, évitant toute dissonance cognitive ou sociale, quitte à nier certaines finalités de l'objet, comme le font les négationnistes en niant l'intention génocidaire des nazis.

La question se pose alors aussi en terme de visibilité des énoncés : Daniel Schneidermann[3], notait, en 2000, que la documentation sur l'Holocauste indexée par les différents moteurs de

---

[1] Marshall Mc Luhan & Quentin Fiore, *Message et Massage*, Paris, J.J. Pauvert, 1968 ; publié initialement à New York et Toronto par Random House, 1967.

[2] Daniel Dayan & Elihu Katz, *La Télévision cérémonielle*, Paris, PUF, 1996.

[3] *Les Folies d'Internet* Fayard, Paris 2000. Pour cet ouvrage, dont la dialectique est construite sur un jeu entre anecdotes sur les méfaits d'Internet et anecdotes sur sa déification (dont l'initiale majuscule serait le symptôme) Schneidermann a par ailleurs été accusé de plagiat par Pierre Lazuly, journaliste, pour avoir repris ses exemples et ses commentaires sans le citer.

Voir le site de Pierre Lazuly Arrêt sur pillage : http://rezo.net/pillages/ et le webzine Fluctua.net : http://www.fluctuat.net/cyber/articles/folies.htm .

Daniel Schneidermann revient régulièrement sur ces aspects dans son propre blog ; voir en particulier ses réactions face à sa notice biographique sur Wikipédia : http://www.bigbangblog.net/article.php3?id_article=298 .

recherche demeurait très largement négationniste. Ce qui signifie donc que ces discours, qui doivent sans doute être indexés par ailleurs, l'étaient en tant que documentation sur la Shoah. C'est évidemment d'autant plus problématique que cela correspond à la revendication des négationnistes d'être considérés comme des historiens.

Cette approche amène donc à envisager deux catégories de contresens possibles dans les visions prospectives sur les portails :

1. Ce qui est intéressant pour le spectateur, ce n'est pas forcément ce qui lui est adressé, mais, au contraire, ce qui ne lui est pas adressé, pour pouvoir le « déplier » et ainsi se positionner énonciativement et socialement. De ce point de vue, l'idéal du marketing ciblé (ou de la communauté virtuelle), qui rendrait tous les échanges commerciaux parfaitement fluides, chacun ne recevant et ne réagissant qu'aux offres qui lui correspondraient, doit être nuancé. Le maximum d'efficacité d'une proposition marketing dépendrait plutôt de son appropriation voire de son détournement ou de son intégration 'idiosyncrasique'[1] : l'énoncé proposé rentre dans le corpus de définition des groupes ciblés.
2. Un message peut-il exister longtemps en dehors de toute territorialisation et de toute hiérarchie d'accès, si chacun exerce son autorité morale à son encontre ?
   Le territoire d'un État constitue un espace de réception relativement homogène, où des énoncés peuvent circuler sans être systématiquement mis en cause. Des consensus autour des moyens (masquer une partie des fins de l'objet) se dégagent à l'échelle d'un territoire : ils sont la condition de coexistence des humains qui y vivent.
   Mais si tout objet est susceptible d'être analysé dans l'ensemble de ses fins, c'est à dire rapporté à l'ensemble des énoncés constitutifs de tous les groupes humains, il y a peu de chance de pouvoir arriver à un consensus à un échelon global[2].

---

[1] Voir « La publicité : un nouveau fait culturel », communication de Chantal Duchet, colloque La Publicité, Une Histoire. Bibliothèque Nationale – site François Mitterrand, 6 juin 2002.

[2] Le cas américain constitue un contre exemple intéressant : la notion de liberté d'expression est la condition de coexistence de communautés distinctes ; celle-ci entraîne une structuration particulière des médias (les spécificités communautaires des publics sont prises en compte dans les études d'audience), sans pour autant que les conflits discursifs ne disparaissent (qu'ils s'agisse de luttes d'émancipation, de « créationnisme » contre « évolutionnisme » etc.), malgré un polissage général du discours public (du code Hayes au « politiquement correct ») qui facilite par ailleurs l'exportation de discours non-choquants pour tout le monde ; la surqualification systématique de la majorité (ou de mini-majorités avec la discrimination positive) permet, néanmoins, le fonctionnement général du système, comme dans le code électoral. L'exportation des produits culturels est, par ailleurs, largement facilitée par des phénomènes de réinterprétation (auxquels le doublage contribue) dans leurs

Ces deux points expliquent, sans doute, pour une bonne part, les erreurs de prospective faites dans l'identification des messagers d'avenir sur internet.

Le *B to B* et le *B to C* (B [business] pour entreprise, C [consumer] pour consommateur) sont des relatifs échecs, tandis que le *C to B* (groupes de pression, rumeurs)[1] et le *C to C* (bouche à oreille, réputation) connaît un succès exponentiel, que les publicitaires tentent de modéliser à travers la « publicité virale ». Une publicité, dotée d'un impact visuel et culturel fort – trop fort pour une exposition publique – est adressée, sélectivement, à des consommateurs du cœur de la cible pour qu'ils la retransmettent à leurs connaissances, et ainsi de suite : la technologie d'Internet permet une application directe du *two steep flow* de Katz[2].

Le consommateur devient lui-même le messager, ce qui n'est pas discursivement une innovation (*notre meilleure publicité c'est vous* disait un slogan), mais devient une nouvelle application technique d'un principe de logique communicationnelle.

Le public, défini alors comme une « progrédiance » des spectateurs, constituerait le seul messager, le seul intermédiaire parfaitement opérationnel (l'éditorialiste peut avoir un procès, l'artiste être conspué et le publicitaire perdre son budget), en situant la communication dans un espace intermédiaire entre espace public et espace privé.

Dans sa position de spectateur messager, il est, en effet, en situation d'interroger toutes les entités discursives possibles et les fins afférentes d'un objet, tout en les intégrant dans une proposition pragmatique – ses usages propres dans son espace de réception – pour les relayer si cette adéquation lui semble correcte.

La dérégulation des messagers, dans un corps donné (les territoires existent toujours), aurait pour conséquence directe que la circulation et la transmission de l'information se fassent par virus et métastase, climax de la communication à l'ère virtuelle et des réseaux, sans doute déjà annoncé par Baudrillard[3].

---

espaces d'importation : le marquage religieux des séries, très prégnant, n'est pourtant guère relevé en réception en France. En effet, le doublage ne le prenait pas en compte jusqu'au début des années 2000.

[1] Le *buzz* en terme marketing.

[2] « À propos des médias et de leurs effets », texte traduit par Daniel Dayan, Colloque de Cerisy Technologies et symboliques de la communication, sous la direction de Gilles Coutlée et Lucien Sfez, PUG, Grenoble 1990 ; Interpersonal Relation and Mass Media Communications : Studies in the Flow of Influence, Columbia University, 1956 ; Elihu Katz avec P. F. Lazarsfeld, *Personal influence. The part played by people into the flow of mass communication*, Glencoe, The Free Press, 1955.

[3] Jean Baudrillard, *L'illusion de la fin*, Paris, Galilée, 1992.

Vrai faux virus

Parodie de faux virus diffusée par courriel. Dans une version anglo-saxonne, le virus est irlandais. Cette satire répond aux hoax diffusés par courrier électronique, invitant le destinataire à effacer manuellement, sur son PC, un fichier qui relèverait d'un virus, et à transmettre cette mise en garde à ses amis, alors qu'il s'agit d'un fichier essentiel au fonctionnement du système.

Vers un nouvel espace public ?

Les erreurs prospectives, en matière de développement d'Internet, tiendraient donc à l'inadéquation de la notion de spectateur utilisée : le spectateur de télévision est un inconnu, qui ne peut pas être étudié directement, et qui ne dispose que de très peu de moyens de pression ou de réaction sur l'émetteur. Dans les années 60, il semble qu'il avait un tel pouvoir, quelques courriers négatifs d'auditeurs via l'Observatoire des programmes pouvant entraîner l'arrêt d'une diffusion[1]. Seul le CSA peut maintenant interdire une telle diffusion. Un spot Eram, où l'on entendait les mots « monde de merde où on construit des porte-avions nucléaires », tenus par une ménagère engluée dans ses taches quotidiennes (« mais heureusement il y a Eram »), a ainsi été interdit après un seul passage[2].

Inversement, Internet place le récepteur dans une position où il peut directement contrer l'émetteur, dans une posture plus dialogique, où l'interactivité peut s'avérer un inconvénient

[1] D'après Chantal Duchet *Pub et télévision : regards croisés* Autre Monde, à paraître 2006.

[2] Spot datant de juin 2002 ; sa diffusion s'est poursuivie sur les écrans cinématographiques.

manifeste pour l'éditeur du message ou du programme : l'énonciataire peut porter directement atteinte à l'intégrité de l'énonciateur par le biais du médium lui-même.

Certains inconvénients sont inhérents à l'informatique et à la structure technique des réseaux : interdire ou contrôler les réactions des destinataires relève des questions de sécurité informatique. Si ces précautions sont insuffisantes, il est indiscutablement beaucoup plus aisé de mettre en panne un serveur à distance, d'en modifier le contenu ou d'accéder à des documents non destinés au public, que d'intenter une action terroriste contre les locaux d'une chaîne de télévision. La chronique des piratages d'Internet, parfois revendiqués pour des raisons morales, afin de mettre fin à un énoncé ressenti comme choquant dans une communauté, en témoigne.

Une autre chronique relève d'un problème plus discursif, mais également lié aux possibilités techniques d'Internet, comme le fait de pouvoir relayer et envoyer instantanément des messages (*e-mails*, francisé en *courriels* ou *mels*). Elle ne relève pas d'atteinte à l'intégrité de l'émetteur, mais plutôt à sa crédibilité.

En cela, Internet ne ferait que donner un impact au « plus vieux média du monde », la rumeur. Cependant, à la différence des points qui peuvent caractériser celle-ci[1], les messages relayés à l'insu de l'émetteur ne sont pas forcément anonymes ou inconsistants, et visent essentiellement des problèmes de cohérence des positions de l'énonciateur. Ils peuvent même relever d'un activisme parfaitement assumé[2].

La presse a, par exemple, largement diffusé la chronique des échanges entre Jonah Peretti, directeur de recherche pour une société new-yorkaise de création numérique, et la firme

---

[1] Jean-Noël Kapferer, *Rumeurs. Le plus vieux média du monde*, Seuil, 1987.

Voir également de Pascal Froissart « Des images rumorales en captivité. Émergence d'une nouvelle catégorie de rumeur sur les sites de référence sur Internet », *Protée*, novembre 2004 ; « La résistible ascension de la rumeur mondialisée », dans *Questionner l'internationalisation. Cultures, acteurs, organisations, machines. Actes du XIVe Congrès national*. SFSIC, Paris 2004 ; « La rumeur sur Internet. Petite histoire des sites de référence », Actes de la Première conférence internationale francophone en Sciences de l'information et de la communication (CIFSIC), tenue à Bucarest en 2003.

[2] Voir « Marché et politique. Autour de la consommation engagée », Sciences de la société n°62, mai 2004, dossier coordonné par Marie-Emmanuelle Chessel et Franck Cochoy.

Nike[1], pour avoir refusé d'assumer le mode de fabrication de ses articles, en refusant d'inscrire « sweatshop » sur une chaussure à partir d'un site destiné à leur personnalisation[2].

On peut également citer les détournements de publicités, diffusés en guise d'appel au boycott, comme les affiches de Total reprises après le naufrage de l'Erika avec l'accroche « vous ne viendrez plus chez nous, même par hasard », ainsi que le cas Danone précédemment envisagé pour ses implications juridiques, et le cas Esso qui illustre également l'utilisation d'Internet dans un appel à une mobilisation militante.

Cet activisme est plus masqué quand il prend la forme d'un courrier électronique de diffusion massive, invitant les destinataires à répercuter le message. Chaque grève de la SNCF voit ainsi ressurgir un *hoax*, ou courriel mensonger prétendant établir les vérités cachées de l'entreprise (salaires incroyables des employés, etc.)[3]. Cette stratégie n'est pas sans effet, puisque de telles informations sans parfois reprises à la télévision[4] ou sur des sites de partis politiques.

Jonah Peretti, devenu célèbre pour ses échanges avec Nike, a également lancé, en avril 2005, une opération devant déboucher vers une modélisation de principe de « médias par contagion », le *Contagious Media Experiments*[5], sous la forme d'un ironique concours du projet le plus contagieux du web[6].

---

[1] Échanges retranscrits sur http://www.shey.net/niked.html .

[2] Voir Jonah Peretti, « The Nike sweatshop email : political consumerism, Internet and culture jamming », dans Politics, products and markets : exploring political consumerism past and present, New Brunswick, Transaction Press, 2003, pp. 127-142.

[3] Pour une de ses occurrences et les réactions entraînées, voir « Offensive anti-Sncf sur le net » Libération du 12 décembre 2005, Cédric Mathiot.

[4] Laurent Ruquier, On A Tout Essayé, le 21 novembre 2005.

[5] http://www.contagiousmedia.org/ .

[6] Voir Libération du 29 avril 2005 « Concours. Appel à candidatures pour le projet le plus contagieux du Web. Faites tourner » par Marie Lechner.

Détournements de publicités Total

Exemples de détournements diffusés et transférés par courriers électroniques

Esso

Ces effets de détournement ne sont néanmoins pas forcement spécifiques à Internet : le détournement de slogans relève d'une tradition politique bien établie.

Les groupes pétroliers en sont une cible récurrente.

On peut, effectivement, comprendre que le développement des groupes pétroliers soit extrêmement tributaire des régimes politiques des États qui accordent les concessions d'exploitation. La dénonciation des liens, entre manufacturiers souhaitant s'assurer de leurs approvisionnements en matière première, ou entre pétroliers et guerres coloniales ou néo-coloniales, n'a donc pas attendu Internet, comme on le retrouverait dans la formule contre la guerre d'Indochine « mourir pour Michelin », où le nom de l'industriel se substitue au terme attendu de « la patrie », constituant normalement ce syntagme, ce qui revient notamment à dire que celle-ci serait vendue à des intérêts privés.

Dans le cas de l'exploitation d'énergies fossiles ou d'énergies ionisantes, cette dénonciation recoupe des préoccupations environnementales qui ont motivé une des premières campagnes du groupe écologiste Greenpeace utilisant Internet à la fois comme support de communication, vecteur d'images détournées et appel à tous ses sympathisants pour qu'ils utilisent à leur tour le réseau afin de faire pression sur les industriels concernés.

Intitulée « Stop Esso », cette campagne internationale est lancée en avril 2001. Elle vise, notamment, à dénoncer le soutien du groupe au président américain George W. Bush et le lobbying mené contre les accords de Kyoto par son intermédiaire. Elle consiste à associer activisme sur Internet et *happenings* dans des lieux liés au groupe pétrolier devant être ensuite relayés dans les médias : le 27 avril 2001, des militants installent ainsi une banderole « SOS climat en danger », sur la façade de l'immeuble abritant le siège du groupe en France, tout en distribuant des tracts et en diffusant largement les images de leur intervention, assorties du logo d'Esso transformé en « stop e$$o ».

Mais le 24 juin 2002, Greenpeace France annonce, dans un communiqué[1], être « assigné en référé le 1er juillet 2002, par Esso, devant le Tribunal de Grande Instance de Paris pour imitation et reproduction illicite de sa marque ».

---

[1] Communiqués archivés sur le site de Greenpeace : http://www.greenpeace.fr/stopesso .

Logo Esso détourné

Ce logo était pourtant visible, depuis 2001, sur les sites de Grande-Bretagne, des États-Unis, du Canada, des Pays-Bas, du Luxembourg et d'Allemagne. Le choix se serait porté sur la France, pour mener une action en justice, du fait de la protection plus étendue dont bénéficiaient les marques en droit français. Nous avons vu que les premières jurisprudences Danone contre Je boycotte Danone confirmaient l'interdiction de détourner un logo de marque sur Internet[1].

Cette assignation, comme dans le cas du site Je boycotte Danone, aurait pourtant eu, dans un premier temps, pour effet d'augmenter la fréquentation du site.

Lors de l'audition du 1er juillet, les avocats d'Esso ont, bien évidemment, argumenté par rapport au détournement de marque. Ils ont également invoqué le dénigrement qu'induirait l'association d'Esso avec les deux 'S' de 'SS' : le symbole du dollar, dans la fonte utilisée, évoquerait le rune Zieg. Plus spécifiquement, ils ont également demandé que les lettre 'ESSO' soient retirées du code HTML du site, de façon à ce que les moteurs de recherche ne puissent l'indexer par rapport à ce mot-clef. Il s'agirait là d'une logique en quelque sorte inverse de celle du Google Bombing, mais avec la même volonté de contrôler l'association d'un terme et d'un site.

Le 8 juillet, Greenpeace est condamné par le TGI à retirer le logo incriminé, sous peine d'une astreinte financière quotidienne. L'association s'exécute, remplaçant celui-ci par une version censurée, tout en annonçant son intention de faire appel.

[1] « Esso s'en prend au site de Greenpeace France au nom de la jurisprudence Danone » Le Journal du Net 27 juin 2002, Thuan Huynh.

Logo Esso censuré

Le 26 février 2003, la cour d'appel rend un verdict en faveur de Greenpeace, considérant, dans son arrêt, comme légal « que conformément à son objet, Greenpeace puisse, dans ses écrits ou sur son site Internet, dénoncer sous la forme qu'elle estime appropriée les atteintes à l'environnement et les risques causés à la santé humaine par certaines activités industrielles ».

Le groupe Areva avait, entre-temps, également attaqué Greenpeace pour une caricature de son logo dont l'ombre projetée était une tête de mort. Or, le tribunal de grande instance avait, cette fois-ci, débouté Areva, considérant que le détournement ne se situait pas dans le cadre du droit des marques, mais « sur le terrain de la liberté d'expression, dans le cadre du droit à la critique et à la caricature ».

Le principe des photomontages diffusés sur Internet a également inspiré les happenings *in situ* : le 28 mai 2003, des militants de Greenpeace ont ainsi « placé un ballon gonflable en forme de bulle de bande dessinée de 3 mètres de diamètre, aux côtés de la Statue de la Liberté (Pont de Grenelle), pour délivrer le message : "Esso : ennemi climatique N°1" »[1], point d'orgue d'une campagne menée sur Internet, invitant les sympathisants à se photographier avec un panneau en forme de phylactère présentant un texte de ce type, et à envoyer leur photographie aux administrateurs du groupe. Des acteurs, des chanteurs et des personnalités s'étaient d'abord essayés à l'exercice[2]. Dans un double jeu d'abyme entre dessin, photographie et photomontage, quelques auteurs de bande dessinée ont également proposé des détournements de leurs propres œuvres (planche suivante). La campagne renouvelle le principe d'un commentaire ajouté à un dessin préexistant des dadaïstes ou des situationnistes, utilisé également, de façon moins ironique, par les activistes anti-publicité.

[1] Communiqué de l'association ; cette action se déroulait en même temps que d'autres manifestations aux Etats-Unis et au Japon durant l'assemblée générale annuelle des actionnaires du groupe au Texas.

[2] Site de la campagne « dites-le avec des bulles » : http://www.greenpeace.fr/stopesso/bulles/index.html .

La première audience sur le fond a lieu le 12 décembre 2003. Le jugement rendu, le 3 février 2004, conclut alors que le détournement s'inscrit « dans les limites de la liberté d'expression et dans le respect des droits de la société ESSO sur les marques », confirmant l'évolution de la jurisprudence quant aux parodies de marque sur Internet, en appliquant donc une exception pour parodie au droit des marques.

Cependant, le jugement de fond de l'affaire Areva, le 9 juillet 2004, a retenu que « la présence d'une tête de mort ou d'une représentation d'un poison mortel sur le logo détourné d'Areva procédait d'une démarche purement dénigrante », condamnant l'organisation écologiste aux dépens et à verser à Areva des dommages-intérêts[1]. L'argumentation initialement proposée par les avocats de Esso de poursuivre Greenpeace pour la mise en exergue de l'acronyme SS n'était donc pas forcément sans fondement juridique, même si elle dépassait les intentions parodiques des militants écologistes.

Logo Areva détourné

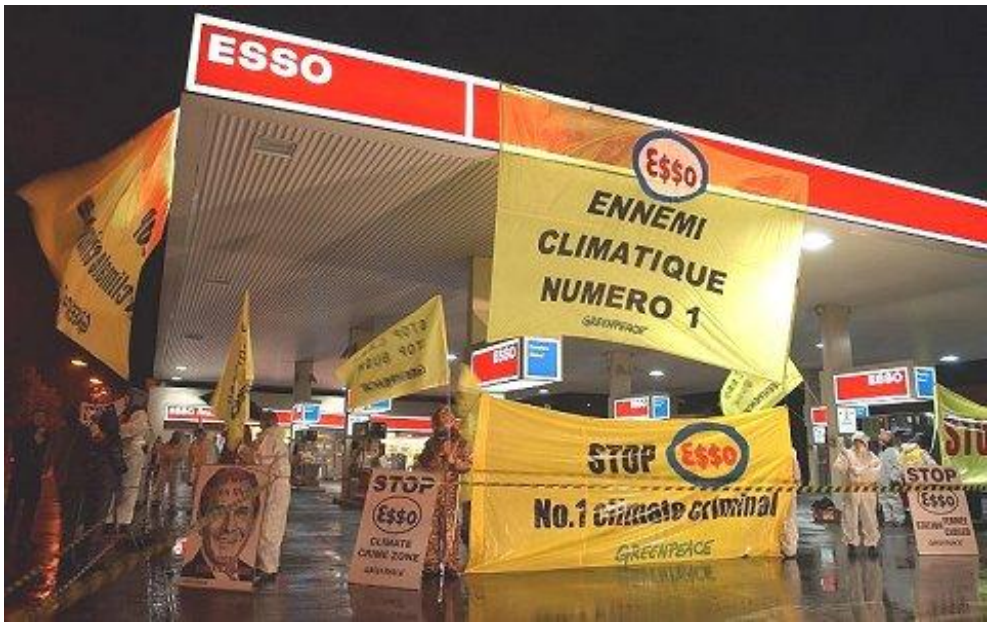
Le festival international de publicité de Cannes, en juin 2006, a consacré l'importance des campagnes de publicité et des spots intégrant les logiques de réappropriation des consommateurs, suivant un principe viral proche des méthodes employées dans leurs campagnes d'opinion par des organisations militantes : tous ceux qui souhaitent participer à l'opération peuvent en relayer les messages ou les spots par Internet ou par vidéo mobile, tout en produisant leurs propres occurrences en investissant eux-mêmes les éléments proposés pour la campagne. Nike, Burger King, Wilkinson, Adidas[2], entre autres marques, ont repris en 2005 et 2006 le principe que Greenpeace avait initié dans son opération « dites-le avec des bulles » en 2003.

[1] Jurisprudences disponibles sur le site Legalis : http://www.legalis.net/archives. php3?id_rubrique=143 .

[2] « Quand le consommateur devient coauteur de la publicité » Le Monde du 24 juin 2006, Laurence Girard.

Campagne Greenpeace contre Esso

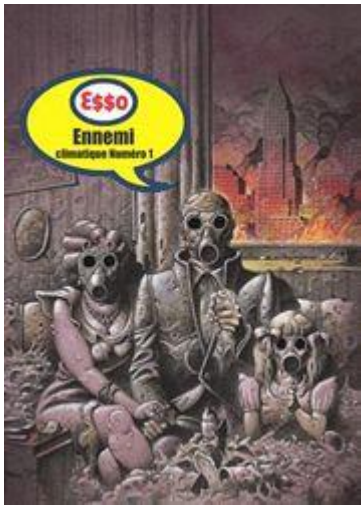
Station Esso, avec animation sur le lieu de vente, groupe Esso



Intervention dans une station luxembourgeoise, 25 octobre 2002, document Greenpeace

Détournement de la mascotte posant devant un oléoduc en Asie, document Greenpeace

Campagne « Dites-le avec des bulles » : intervention sur la Statue de la liberté pont de Grenelle, photographie de Lambert Wilson, contributions de Cabanes, Caza et Bouq. Documents Greenpeace.



Réguler les récepteurs ou déréguler les vecteurs de messages ?

La revendication d'une régulation d'Internet, en donnant les moyens de condamner judiciairement les réactions des publics (par exemple en interdisant de retransmettre des messages), mettrait fin aux formes de débats et de réappropriation que permet le réseau. Ce principe de réappropriation ou de détournement du discours d'un autre énonciateur va, effectivement, à l'encontre de l'idée d'auteur définitif, reconnu et protégé, tel que Mc Luhan a pu en décrire la genèse dans la société de l'imprimerie.

Le piratage ou la diffusion de messages peuvent-ils être vus comme les nouveaux moyens d'un espace public direct, où tout énoncé peut être repris et débattu, ou, au contraire, comme un nouvel espace sauvage où l'on peut directement porter atteinte à tout preneur de parole ?

Peut-être l'idée d'auteur est-elle définitivement inutile et caduque ? Dans le débat sur la régulation d'Internet, elle semble, essentiellement, au service des intérêts de groupes économiques, messagers, dont, manifestement, le public semble savoir se passer.

Le combat nécessaire contre des discours inacceptables peut aussi servir à justifier des modes de régulation et de contrôle dont les finalités sont, en premier lieu, économiques, mais jamais données en tant que telles.

L'énonciation de la légitimité

Les discours sur Internet posent donc un problème général : comment envisager Internet (ou un média) en dehors des modes d'analyse qu'il tend lui-même à promouvoir pour se légitimer ?

Nous avons pu observer un discours d'utopie :

- Commerciale, suivant un idéal marketing de ciblage et de suivi des consommateurs
- Communicationnelle, avec l'idée d'un espace public direct

Un contre-discours sur ces utopies est également observable, avec la dénonciation :

- D'Internet comme emprise commerciale, système de surveillance et de contrôle
- D'Internet comme vecteur de représentations illégitimes, en particulier à caractère raciste et antisémite

Enfin, le débat et le lobbying se situent dans l'action publique principalement au niveau des reproductions illégitimes, avec la défense réglementaire des droits des auteurs ou des compagnies détentrices de ces droits.

Le discours d'utopie s'oppose à ces soucis réglementaires, suivant un ensemble d'arguments qui ont, au moin,s pour trait commun d'être occurrents et cohérents avec la forme technique du média[1]. Nous pouvons résumer ces arguments ainsi : le destinataire n'est pas forcément passif, il ne veut pas forcément consommer mais contribuer à un espace public, Internet peut donc entièrement s'autoréguler, ce qui implique précisément d'abandonner la notion de droit de reproduction.

Dans sa fonction messagère, Internet apparaît, manifestement, comme un support de légitimation, que ce soit pour en légitimer ou en promouvoir un usage, ou pour légitimer ou donner une visibilité à des discours, ou à des groupes sociaux préexistants.

Elaborer un discours d'analyse critique est donc d'autant plus délicat que celui-ci est déjà parfaitement intégré, les occurrences pouvant être produites à dessein. L'idée de résistance, de spectateur braconnier qui devient son propre messager, rejoignant l'idée glorieuse de « pirates pour l'honneur », ne relève pas, comme pour la télévision, d'un artefact théorique[2], mais d'occurrences volontaires.

L'intellectuel, messager paradoxal de la culture de masse

Alors que, paradoxalement, la sociologie doit assumer l'échec de sa tentative d'imposer son discours critique sur les médias de masse – de l'école de Francfort à Pierre Bourdieu (« exotériser l'ésotérisme de la sociologie ») – la notion d'espace public est devenue un élément de la culture médiatique de masse. Elle constituerait, semble-t-il, la norme, parfaitement anticipée, en fonction de laquelle des occurrences sont produites et répercutées par Internet et les autres médias.

Internet dispose, en effet, d'une image d'innovation, lui assurant une grande visibilité en terme de hiérarchie de l'information, jointe à un usage de catalyseur de discours, et au caractère non fermé de ses modes d'énonciation (tout le monde peut produire et / ou se

[1] Toute proposition de régulation implique en effet de « brider » ces possibilités, par des biais légaux ou techniques, toujours contournables, ce qui implique donc un dispositif de répression.

[2] Voir la critique du modèle texte-lecteur par Daniel Dayan dans *Les Mystères de la réception*, dans Le Débat n°71, 1992

réapproprier un discours) qui ne peut manquer de produire une inflation exponentielle de discours de légitimation.

Dans le cas de la télévision, une grande partie du message semble, précisément, passer par l'encadrement réglementaire, qui est peut-être lui-même le *message*, quand le contenu serait le *massage*. Déterminer les conditions d'acceptabilité d'un discours dans l'espace public, par différents jeux de manifestation et lobbying, est, en effet, peut-être plus important que la nature des énoncés eux-mêmes.

Si la forme du média est trop accessible, une loi spécifique peut alors être nécessaire pour éviter que les enfants ne consomment ou ne s'approprient la télévision indûment.

Adapter le « massage » télévisuel aux différentes classes d'âge relève ainsi d'un discours très construit sur l'influence des médias, qui demeure néanmoins essentiellement implicite, tout en recoupant, nous semble-t-il, des positions avant tout politiques.

Le détournement ou l'utilisation de l'image des pétroliers relève ainsi d'une tradition établie, au moins, depuis Jean-luc Godard. Bien que le cinéaste soit réputé pour sa capacité à intégrer des financements privés dans ses films, par le biais de citations de marques, il avait associé dans La Chinoise Esso et SS, ce qui aurait donc pu lui valoir des poursuites pour dénigrement.

Utilisation cinématographique de la mascotte Esso

Mettez un tigre dans votre moteur ; de La Chinoise et ZOO (jeu de rimes plastiques et symboliques, éventuellement forme de publicité) à la campagne menée par Greenpeace.

La Chinoise, Jean-Luc Godard 1967

Image promotionnelle, groupe Esso

Zoo, Peter Greenaway 1985

3. Enjeux économiques

La question de la reproduction des énoncés, du contrôle de leurs conditions de ré-énonciation et du retour sur les investissements consentis pour produire l'énoncé initial est au centre des enjeux de la Convergence.

La notion même de *droit d'auteur* diffère sensiblement de celle de *copyright*, dans la mesure où le droit de copie fixe les intérêts économiques de l'investisseur en interdisant la contrefaçon, tandis que le droit d'auteur garantit l'intégrité symbolique d'un texte, en condamnant son plagiat.

Le débat ou le faux débat sur les échanges électroniques de pair à pair renvoie donc, peut-être, à un changement de définition, la Convergence servant de prétexte à la substitution d'un modèle « américain » à un modèle « français », en intégrant le cercle de famille dans le champ du marché de la télédiffusion : toutes les communications d'une œuvre, y compris dans un cercle restreint, devraient alors donner lieu à une rémunération[1]. Le Digital Millenium Copyright Act, adopté par les États-Unis en 1998, pénalise toute forme de contournement des moyens mis en œuvre par le producteur pour protéger son investissement.

Cette loi s'inscrirait elle-même dans un mouvement de lobbying intense qui aurait conduit aux traités de l'organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle de 1996, dont l'intégration en droit européen et français a donné lieu aux nouveaux textes sur le droit d'auteur.

Du média au « portail »

Il demeure qu'aussi bien pour les auteurs que pour les entreprises, la défense de son image, la maîtrise de ses énoncés et de leur attribution à leur énonciateur effectif est un enjeu croissant et de plus en plus difficile à maîtriser. La protection contre la contrefaçon ou contre le plagiat ont en commun de garantir l'intégrité d'une image de marque.

Une part importante du capital des chaînes de télévision réside en effet dans leur *image*, qui correspondrait à la somme de leurs caractéristiques en tant qu'entité énonciative.

---

[1] Voir notamment les positions de Philippe Gaudrat, université de Poitiers, exprimées en particulier dans une tribune de Libération lors du débat au Sénat de la loi sur le droit d'auteur : « Intérêt de l'investisseur contre droit d'auteur » Libération du 4 mai 2006.

Choix stratégiques, de l'audience à la capitalisation de l'image et à son investissement dans de nouveaux secteurs

La constitution et le maintien de cette image n'est pas toujours simple : une télévision est à la fois un diffuseur, un producteur, un marché pour d'autres producteurs[1]… la somme des intérêts en jeu est donc très importante, alors que ceux-ci peuvent être contradictoires.

Pour les télévisions privées, les contraintes du groupe dans lequel elles s'intègrent, les signaux à envoyer au marché, les exigences de l'actionnariat peuvent entraîner des contradictions en terme d'image ou de stratégie industrielle ou commerciale.

Pour la télévision publique, la question de la location par « appartements » de la grille à des producteurs privés est également récurrente. Ceux-ci peuvent disposer de leurs propres moyens de production, et également bénéficier d'une image de marque propre[2], éventuellement parasitaire.

L'ensemble de ces inerties et de ces savoir-faire, intégré dans les logiques internes des chaînes, partagé par ses employés, connu de ses prestataires et plus ou moins visible pour le spectateur renverrait donc à la « culture d'entreprise » des chaînes.

Or, les logiques d'intégration vont souvent aller à l'encontre de cette culture, ce que l'on a pu observer dans le cas de Canal Plus et de Vivendi.

Le schéma suivant nous permettra de rappeler l'ensemble des principales contraintes et les jeux de balance entre ces contraintes qui pèsent sur les stratégies de recherche d'audience. L'intégration multimédia permet à la télévision de diversifier ses sources de revenus par le biais du commerce à distance et de la vente de produits dérivés. Elle dépend ainsi moins du marché publicitaire et des exigences d'audience. Ces nouveaux revenus découlent, néanmoins, de l'image de la chaîne.

L'intérêt de ce diagramme est de représenter le principe de *balance* entre différents types d'investissements : il y a donc autant de chemins de lecture du schéma que de possibilités d'investissements, ce qui peut rendre sa lecture complexe.

Son utilité est donc, avant tout, de permettre de visualiser globalement les corrélations entre des choix financiers et symboliques qui pourraient sembler, autrement, hétérogènes.

---

[1] Voir le schéma décomposant la chaîne de production – diffusion – réception, page 201.

[2] On a pu ainsi parler de « l'Empire Delarue », bien qu'il semble en déclin depuis 2004, avec une baisse de l'ordre de 50% de la production et du chiffre d'affaire.

Ce schéma fait donc apparaître plusieurs systèmes d'implications ; nous proposons d'en suivre les principales entrées de lecture, les types d'investissements, présentés en haut, devant permettre d'augmenter l'audience (en bas), ce qui permet d'accroître le capital à réinvestir dans les différents postes (flèches centrales, du bas vers le haut).

- Les choix industriels ont des conséquences directes (lecture de haut en bas)
- Si l'offre et les attentes sont gérées de façon cohérente, l'audience est atteinte, ce qui permet alors de renforcer les stratégies de développement (lecture de bas en haut)
- Les corrélations (jeu de balance, écarts où se situer, implications à renforcer ou à éviter) et les oppositions apparaissent horizontalement
- Les logiques de redressement ou de déclin sont données par une lecture diagonale (de haut en bas ou de bas en haut)
- Les *choix d'entreprise* contradictoires impliquent des effets de déperdition, ou peuvent relever de logiques de compensation (lecture en boucle).

Plusieurs cas de figure apparaissent donc comme des formes de déclin.

Effets de compensation

Par exemple, dans le cas où les coûts industriels baisseraient, et où la demande diminuerait également, les coûts marketing pourraient être augmentés en conséquence pour relancer la demande.

- Objectif de redressement : retrouver une audience fidèle et renouvelée
- Limite : ne retrouver qu'une audience vieillissante
- Risques : surcodage par renforcement événementiel de formatages datés et donc d'autant plus apparents
    - Or, l'effet risque d'être uniquement événementiel
        - D'où : perte de l'audience qui restait
        - Et : perte de la possibilité d'anticiper la réussite en fonction des formats

La situation de Canal Plus se rapproche assez de ce cas.

Prenons maintenant le cas où l'impact marketing baisse, mais où, par compensation, les coûts industriels augmentent. La perte d'image oblige à une surenchère des coûts de production.

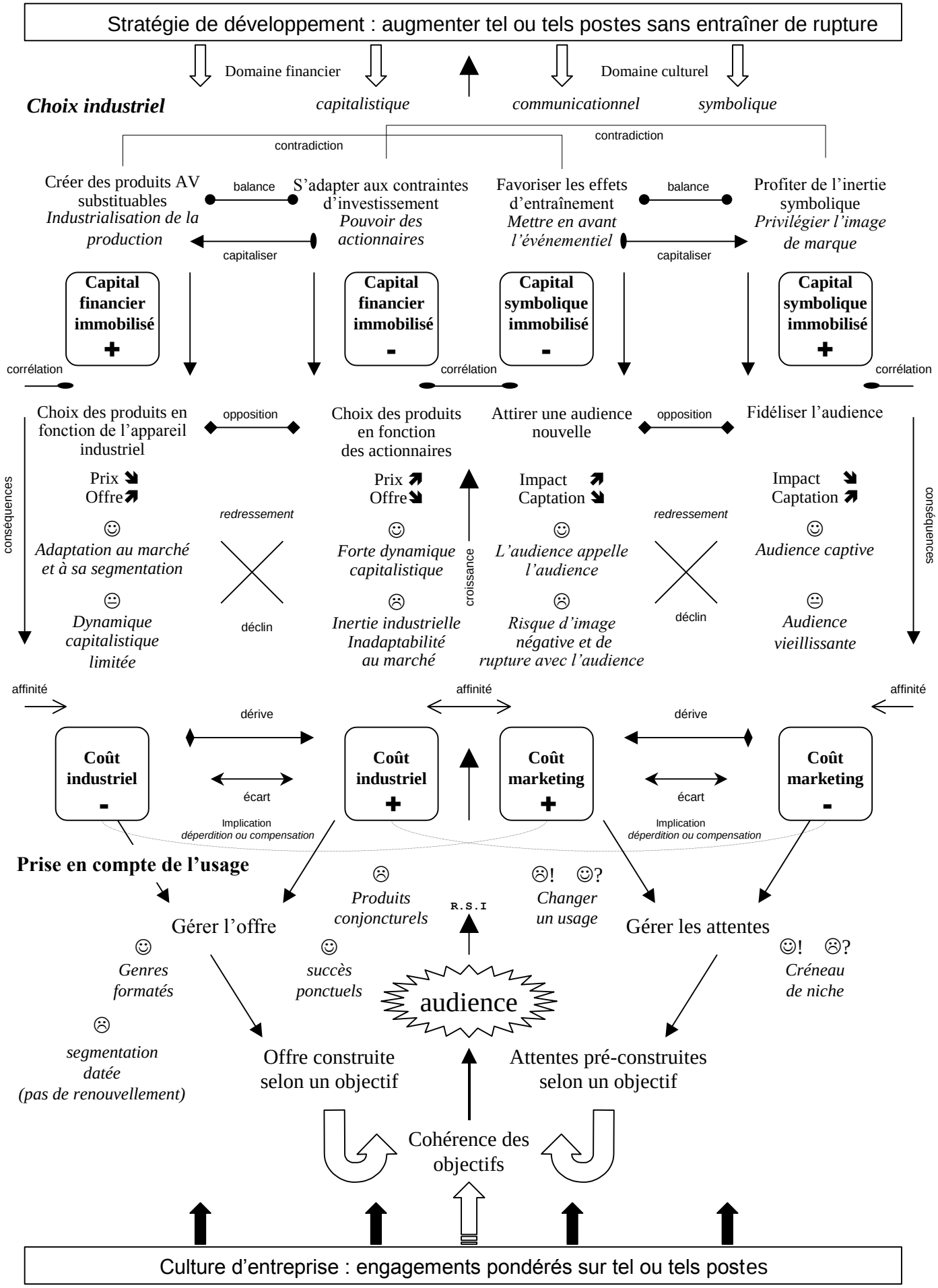
- Objectif de redressement : retrouver des produits adaptés et des capitaux
- Limite : ne pas retrouver de capitaux pour relancer l'appareil
- Risques : dépendance vis à vis des bailleurs financiers
    - Volatilité stratégique
    - Produits choisis en fonction de l'actionnariat
    - Produits de plus en plus inadaptés : sous-codage ?

Bien que, pourtant, non soumise à un actionnariat, la situation de France TV s'est souvent rapprochée de cette situation.

Déperdition

Les coûts industriels augmentent : les investissements marketing baissent en conséquence ou ne sont plus convenablement gérés. Il y a surenchère des coûts de production pour compenser l'érosion de l'image sans innovation ni renouvellement : la cible est perdue. Le cinéma français serait peut-être dans ce cas de figure.

Les coûts d'image augmentent : l'investissement industriel baisse en conséquence ou n'est plus correctement géré. Il y a surenchère des coûts marketing mais l'appareil industriel ne suit pas. Il est impossible de poursuivre la stratégie. La production est externalisée. Métropole Télévision a pu risquer de se rapprocher de cette situation, mais son intégration dans un groupe international et un bon renouvellement de l'offre ont évité ces problèmes. La plupart des productions de télé-réalité sont ainsi assurées par Fremantle, société de production issue de l'intégration du groupe Pearson. Elle court maintenant un risque de banalisation, les produits et la grille étant standardisés au niveau international, comme on peut le voir au niveau des productions de télé-réalité du studio Fremantle. Son concurrent affiché en terme de télévision généraliste, TF1, est, par contre, peut-être bien entré dans cette spirale, si la vente de ses studios s'avère être la prémisse d'une vente *par appartements* de ses actifs.



Choix stratégiques & d'entreprise des sociétés de média : engagement capitalistique & symbolique, conséquences industrielles & communicationnelles

Le télé-achat : finalité ou usage par défaut des nouvelles convergences ?

« Télé-achat » et « commerce électronique » convergent, phénomène entériné par une nouvelle notion réglementaire : « l'économie numérique ». La plupart des textes ou des missions officielles employant initialement ces termes vont se rallier à cette notion d'économie numérique[1]. La vente par correspondance utilisait pourtant déjà des moyens électroniques, téléphone ou minitel, en complément du courrier : il semble néanmoins que ni les acteurs économiques, ni le législateur ne lui accordaient alors une importance aussi spécifique.

La mise en place de ces nouvelles formes commerciales peut être précisée en observant en particulier l'information économique destinée aux acteurs du secteur, diffusée durant cette période de transition vers « l'économie numérique », entre 2000 et 2001[2].

L'intégration multimédia

L'intégration de la télévision, de l'ordinateur et des télécommunications est évoquée dès qu'il s'agit d'annoncer les programmes du futur et de décrire les regroupements industriels autour de l'activité de télévision. Après avoir connu des développements parallèles, les différents réseaux de téléphonie, de transport de données et de télévision seraient donc appelés à se rejoindre.

La convergence des technologies de l'informatique et de l'électronique permet en effet de concevoir aussi bien des télévisions utilisables comme un ordinateur, à partir d'une interface élaborée, que de recevoir des programmes audiovisuels sur un ordinateur. L'application des techniques de diffusion numérique permet, en outre, d'utiliser les réseaux existants pour transmettre n'importe quel type de données.

Les chaînes généralistes ne seront peut-être alors plus que la vitrine de programmes interactifs. Cependant, les programmes ne sont peut-être eux-mêmes que le prétexte d'enjeux

---

[1] Le changement de désignation des organes officiels permet de dater cette évolution : le décret n° 2001-1060 du 14 novembre 2001 porte ainsi création de la mission pour l'économie numérique , accompagné de l'abrogation du décret n° 99-1048 du 14 décembre 1999 qui portait création d'une « mission pour le commerce électronique ». Textes réglementaires présentés p. 473.

[2] Une première version de cette recherche a fait l'objet d'une publication dans les C*ahiers du Circav n°12*, « Multimédia », université de Lille 3, 2000 pp. 117 à 130.

industriels beaucoup plus lourds, dont l'objet est d'abord le contrôle des infrastructures de télécommunication.

Indétermination technologique et détermination des usages

Malgré l'engouement manifesté très tôt par les chaînes de télévision à l'égard d'Internet, celles-ci n'ont guère développé, au départ, d'offre de programmes spécifiques au nouveau médium. Les sites des chaînes françaises se sont alors recentrés vers des contenus existants sur d'autres supports télématiques (météo, infos, grille de programmes, courrier des téléspectateurs, téléachat) tels que le minitel ou le vidéotexte.

Deux mouvements semblent donc à l'œuvre : dans un premier temps, des innovations technologiques sont présentées comme devant promouvoir de nouveaux usages ; dans un second temps, ces fonctionnalités nouvelles s'avèrent essentiellement accroître la performance de services préexistants, en réunissant sur un même médium des procès qui relevaient au départ de démarches d'usage différentes.

Dans un troisième temps, il resterait à évaluer quelles incidences ont ces évolutions sur la perception du média, et sur l'usage qui en est fait.

Ainsi s'annonce une évolution majeure de l'organisation du marché de la télévision, le rôle stratégique des distributeurs[1] s'amenuisant, les procédés de distribution n'étant plus exclusifs (réseau câblé ou bouquet numérique) mais concurrentiels (des offres concurrentes sur un même réseau). La fonction de distribution serait dévolue aux « portails », ce qui est le sens actuel de l'évolution des sites des télévisions[2].

---

[1] « Distribution » est ici entendu comme l'accès des chaînes (définies en tant qu'entités éditoriales) au marché de la diffusion. Dans le cadre de la diffusion nationale, la distribution ainsi définie recoupe donc les offres de diffusion par satellite, câble, ADSL, TNT ou hertzien analogique. Au niveau international, les grands groupes de communication disposent par ailleurs de leurs propres sociétés de distribution pour assurer la diffusion de leurs programmes sur les autres réseaux (TF1 International par exemple).

[2] *Le site tf1.fr avec près de 13 millions de pages vues en février 2000, poursuit sa progression. Après avoir lancé le site thématique "TF1 Les News" en décembre, puis début février le site jeunesse "Tfou", TF1 va investir environ 150 millions de F cette année et souhaite se positionner comme l'un des premiers portails Internet en France. D'autres sites spécialisés (femmes, sports, finances ...) verront le jour en 2000.* (Atelier Paribas 01/03/2000)

L*es différents sites du groupe M6 ont accueilli en mars près d'un million de visiteurs. Le groupe s'affirme donc comme l'un des acteurs majeurs d'Internet. Au second semestre, M6 lancera une nouvelle marque regroupant un fournisseur d'accès à Internet et des portails de loisirs. En 1999, M6 a pris le contrôle de FUN TV, du Club des Girondins de Bordeaux et filialisé ses activités Internet à travers la création de M6 Web*. (Paribas)

Le groupe audiovisuel M6 va devenir cette année fournisseur d'accès sur l'internet et ouvrir un "portail loisir", a annoncé mardi son président, Jean Drucker. "On prend le grand virage internet", a-t-il indiqué lors d'une réunion d'analystes financiers, en précisant que le web allait être le "quatrième métier" du groupe après la télévision gratuite, le développement de sa marque et la télévision payante. Filiale de Suez Lyonnaise (35,5%) et

À qui s'adressent les discours sur la convergence ?

Enfin, une approche prospective de l'évolution des usages ne peut manquer de prendre en compte l'aspect entrepreneurial de l'intégration : celle-ci n'est pas seulement une intégration de technologies auparavant distinctes, permettant la simultanéité d'usages auparavant séparés (comme regarder une publicité et acheter un produit). L'intégration correspond à la mise en correspondance de métiers auparavant séparés à la faveur de prises de contrôle capitalistiques.

Au-delà d'un discours convenu sur les synergies, l'intégration, en tant qu'offre commune d'un groupe sur un support commun, sert à donner une lisibilité à la stratégie d'un groupe, et constitue, de ce fait, un moyen de pression sur ses actionnaires et sur ses agents qui seraient tentés de s'y soustraire. La question demeure alors de savoir à qui s'adresse l'intégration, et si elle relève d'un nouvel usage des actionnariats[1] et d'une instrumentalisation des intérêts de l'ensemble des acteurs d'un groupe économique. La curiosité des consommateurs pour les technologies nouvelles et la tendance structurelle de l'ingénierie à les promouvoir seraient conjointement utilisées au profit de processus relevant du pouvoir d'une entreprise et des jeux de pouvoir au sein d'une entreprise.

Le principal usage de l'intégration des nouvelles technologies audiovisuelles se fait dans le sens de la *promotion*, ce qui est aussi le fait structurel de la diffusion sociale de toutes nouvelles technologies : ceux qui ont su acquérir un monopole sur sa maîtrise utilisent ce critère pour promouvoir leur propre promotion. Il importe donc de distinguer sur quels espaces sociaux s'exercent ces transformations.

---

du groupe germano-luxembourgeois CLT-UFA (41,8%), M6 lancera au second semestre la marque M6net.fr et y investira 100 millions de F en 2000. Ce développement se fera à travers sa filiale internet M6 Web, créée l'an dernier et détenue à 100%. Le budget de cette filiale pour 2000, hors acquisitions, est de 70 MF et ses effectifs, actuellement de 20 personnes, seront portés à 90 salariés d'ici la fin de l'année. Pour monter en puissance sur le web, M6 compte sur plusieurs atouts: une marque bien établie, la deuxième position de la chaîne chez les moins de 50 ans et sa place de deuxième média français en publicité. Le groupe prévoit également de nouer des partenariats, de procéder à des acquisitions et de prendre des participations à d'autres start-up. "Nous allons contruire une économie web", a affirmé Nicolas de Tavernost, directeur général du groupe. Le portail loisir, qui sera accessible à haut débit en 2001, déclinera les thématiques de la chaîne: info, musique, économie avec l'émission Capital, automobile, femmes, "Kids", cinéma, football avec les Girondins de Bordeaux. M6 a réalisé 3 millions de F de recettes liées à l'Internet en 99 et son site a enregistré 400.000 visites en février. (AFP 28 mars 2000).

[1] On peut souligner le caractère assez irrationnel des réactions des marchés aux propositions de développement sur Internet :

C'est totalement irrationnel. Au début, je croyais que les investisseurs étaient des gens très rationnels. Mais pas du tout, ils le sont moins que les artistes ou les saltimbanques. Ils sont influençables, immatures, tout ce que vous voulez. C'est du panurgisme. Entretien de Christian Blachas (fondateur de Stratégies et CB News) au journal du Net http://www.journaldunet.com/it_blachas.shtml le 17 février 2000.

De ce point de vue, l'instrumentalisation des discours sur le multimédia relève d'un double objectif : en tant que « arcane », elle s'adresse essentiellement à des partenaires économiques. Relevant d'un domaine prometteur mais dont les retombées économiques sont alors difficilement évaluables, cette notion accrédite des bénéfices à venir et justifie l'emploi de capitaux et la valorisation de titres dans des domaines non bénéficiaires : c'est pourquoi la valeur de ces sociétés repose à ce moment seulement sur la croyance des actionnaires en leur valeur à venir.

Les stratégies industrielles mises en œuvre n'ont donc pas à être interrogées ou contestées, puisqu'elles relèvent d'une prophétie faite par ceux qui possèdent la compétence requise et qui n'ont pas à la justifier. L'absence de lisibilité de ces stratégies renverrait uniquement à l'incompétence de ceux qui ne savent pas les lire.

En tant que « utopie », le développement multimédia promet un mieux-être social : son intérêt pour le consommateur ne saurait donc être contesté. Il l'est néanmoins par l'ensemble des « médiateurs » ou des pourvoyeurs de légitimité dont l'utilité est alors niée : on peut, peut-être, analyser ainsi la position de Dominique Wolton, exprimée en particulier dans son ouvrage *Internet et après*[1]. La position de Daniel Schneidermann est, somme toute, assez proche : Pierre Bourdieu rappelait que pour avoir du succès auprès des journalistes, une analyse du journalisme devait être écrite dans un langage « qui pourrait être celui des journalistes »[2].

Le portail, interface marketing

Or, la seule utilité manifeste des médias interactifs est de proposer une offre de vente en même temps qu'une offre de programmes.

Le rapport entre les producteurs, les diffuseurs et ceux qui financent les contenus télévisés (les téléspectateurs, par contribution publique – redevance et fiscalité – volontaire – abonnement, paiement à la demande, télé-achat et achat de produits dérivés – ou indirecte – financement par le biais d'annonceurs attendant un retour sur leurs investissements) peut être totalement remis en cause, soit au profit des uns, soit au profit des autres. Les enjeux de l'intégration multimédia tiennent donc principalement à un nouveau rapport entre producteur et usager.

---

[1] Dominique Wolton, *Internet et après ? Une théorie critique des nouveaux médias* Paris, Flammarion 1999.

[2] Dans *Sur la télévision*, Liber Raison d'agir, Paris 1996, page 88 ; Bourdieu vise nommément Wolton, en référant à « culture et télévision : entre la cohabitation et l'apartheid » dans *Éloge du grand public* Flammarion, Paris 1990 page 163.

Evolution des positions stratégiques

Alors que la diffusion hertzienne des chaînes de télévision passait par un opérateur unique (comme TDF), dont les modalités d'accès au réseau étaient intégrées systématiquement dans les récepteurs (sélection des canaux et des chaînes), favorisant une logique d'édition (les chaînes), les modes de diffusion numérique impliquent d'utiliser un moyen de réception spécifique, contrôlé par un *distributeur*.

Cette redistribution des rôles entre éditeur et distributeur entraîne de nombreux changements dans les rapports entre usagers et éditeurs. Ces enjeux expliquent sans doute les conflits d'intérêts qui ont retardé la mise en place de la Télévision Numérique Terrestre : celle-ci renvoie, en effet, aux logiques précédentes de marché, favorisant une logique de chaînes, allant à l'encontre des intérêts et des investissements consentis dans une autre technique comme le satellite. On assiste donc, entre l'offre via l'ADSL ou l'offre via la TNT, non seulement à des logiques techniques différentes, mais à des logiques « énonciatives »[1] différentes ayant elles-mêmes des conséquences majeures sur la structure de l'ensemble du marché audiovisuel.

D'une part, s'il existe un marché de la distribution (il y a concurrence entre les différents opérateurs), il n'y a guère de concurrence en terme d'édition (les chaînes pouvant êtres exclusives suivant les bouquets). Le rapport de force est lui-même totalement défavorable à d'éventuels éditeurs indépendants qui n'auraient pas de lien avec un distributeur. La TNT a finalement entériné ce fait, le CSA répartissant les canaux en fonction des positions dominantes des différents groupes de communication engagés dans ce nouveau mode de diffusion. N'oublions pas qu'initialement celui-ci devait permettre le développement d'offres indépendantes…

On observe donc que les logiques d'édition qu'un mode de diffusion favorise par rapport à un autre, en fonction de ses modalités techniques de mise en place et d'accès, peuvent parfois être compensées par les décisions de l'autorité de régulation et donc par l'usage effectif qui est fait de cette technologie. Le satellite favorise des offres exclusives, et les conflits entre Canal Sat et TPS en auront en définitive peu modifié la logique. La TNT permet la diffusion concurrente de chaînes indépendantes, mais cette possibilité est réduite de fait par l'attribution

[1] Suivant que la qualification des chaînes passe par un guide intégré de programmes, une offre de type « bouquet exclusif » ou un portail de type Internet.

de plusieurs canaux à ces mêmes groupes. Le CSA va même jusqu'à reconnaître que seules les chaînes adossées à des grands groupes ont des chances de survivre[1].

Portails techniques ou portails éditoriaux

Les positions d'exclusivité sont donc amenées à évoluer rapidement, à travers des modes de diffusion permettant un choix précis des programmes attendus, à l'inverse des bouquets. Dans cette éventualité, ce seront les portails (quelle que soit la forme finale de ces « guides numériques») et non plus les distributeurs qui disposeront d'un rôle stratégique, en captant et en redistribuant les publics. On observe encore une résistance à ce phénomène à travers les refus initiaux de TF1 et de M6 d'être présents sur l'offre télévisée diffusée par ADSL de Free, par exemple.

Plusieurs offres techniques ont prétendu à ce rôle d'intégration d'un portail, telles que les « set-up boxes ». Dans l'hypothèse d'une convergence télévision – Internet, l'enjeu est de contrôler les « portails » et le support matériel qui rempliront cet office. La diffusion de la télévision par ADSL a permis en particulier l'intégration d'un guide de programmes et un accès spécifique par la télécommande fournie avec le modem (offres de Free, Noos, France Télécom).

Ces fonctionnalités auraient techniquement pu être développées plus tôt sur d'autres modes de diffusion (en particulier par satellite), mais la concurrence limitée avant l'ouverture des accès ADSL semble en avoir retardé la généralisation. La stratégie des groupes a également connu de nombreuses hésitations sur ces aspects. Assez curieusement, Vivendi a ainsi cédé Canal Plus Technologies[2] à Thomson pour 190 millions d'euros, en septembre 2002, dans le cadre de sa campagne de cession d'actifs pour réduire l'endettement du groupe et remédier à l'effondrement du cours de ses actions. Or, Thomson revend la société pour 300 millions d'euros un an après[3], réalisant donc une opération financière beaucoup plus profitable, tout en conservant la propriété des principaux brevets développés pour Canal Plus. Le groupe se

---

[1] Bilan des chaînes du câble et du satellite 2004.

[2] La société développe des programmes pour décodeurs numériques, notamment pour les besoins de Canal Satellite et NC Numéricâble.

[3] La division spécialisée dans le contrôle d'accès, Media Guard est cédée pour 240 millions d'euros en août 2003 au groupe suisse de télévision numérique Kudelski qui devient leader mondial du secteur. Media Highway, division qui développe des logiciels dédiés aux services de télévision par câble et satellite, en particulier les programmes d'interface des décodeurs, a été revendue pour 60 millions d'euros à NDS, une filiale de News Corp (groupe Ruppert Murdoch, concurrent direct de Canal Plus sur plusieurs marchés). Voir le communiqué de Thomson du 13 septembre 2003 http://www.thomson.net/frv/fr/06/c03/030913b.pdf et Zdnet du 30 septembre 2003.

retrouve donc à la fois, non seulement privé d'un de ses pôles stratégiques en terme de recherche et de développement pour conserver sa position, mais également en situation de devoir payer des royalties pour utiliser sa propre technologie : le décodeur satellitaire numérique à disque dur intégré « Pilotime », mis en service en mars 2003, est ainsi fourni par Thomson tout en étant équipé de la technologie Mediaguard développée au sein de Canal Plus six mois plus tôt.

Une autre hypothèse serait que Canal Plus n'envisage plus tant son développement dans la diffusion cryptée que dans la diffusion payante à la demande : ses déboires passés dans ses tentatives d'exportation de son modèle d'abonnement et sa rapidité de réaction dans le secteur de la *VOD*[1] iraient dans ce sens.

La vidéo à la demande a été intégrée dans la chronologie des médias[2] en décembre 2005 à la suite d'un accord interprofessionnel sous l'égide du CNC[3].

Le CNC a présenté en avril 2006 une étude[4] démontrant le bien fondé de cet accord, le décollage du marché de la *VOD* devant permettre, d'après le CNC, d'enrayer le piratage des films sur Internet.

Le développement de l'offre de vidéo à la demande repose cependant la question de l'identité des diffuseurs. Les accords sur la *VOD* ont aussi pour objectif implicite (explicitement, il s'agit de maintenir le financement du cinéma malgré la diminution des recettes en salle et en vidéo et la diminution de l'attrait du cinéma à la télévision) de permettre aux acteurs de maintenir leurs positions malgré l'évolution, voire la disparition, du marché.

En effet, l'accès aux films ne passera pas nécessairement par les distributeurs habituels ou par les chaînes de télévision.

---

[1] À la différence du *pay per view*, l'usager choisi le moment de la diffusion dans la *VOD*.

[2] Le CNC distingue les catégories suivantes : exploitation en salle, vente et location de supports vidéographiques (délai de 6 mois après la première exploitation, déterminée par le visa du CNC), vidéo à la demande (8 mois ½), télévision payante à la séance (*pay per view*, 9 mois), télévision cryptée par abonnement (12 mois), télévision non cryptée gratuite (de 18 à 36 mois en fonction du statut de coproduction de la chaîne).

[3] Voir « Le cinéma accorde ses violons sur la diffusion des films en ligne » 01net, 25 novembre 2004, Hélène Puel.

[4] Laure Lucchesi, NPA Conseil, « Le développement de la vidéo à la demande en France et en Europe », étude financée par l'API, l'ARP, la CSPF, la Procirep, le SPI, l'UPF, l'USPA, la SACD et le CNC.

Voir « La vidéo à la demande est prête à décoller » David Prud'homme 01net, 6 avril 2004, Hélène Puel, « La vidéo à la demande fait bon ménage avec le 7ème art » 01net, 16 mai 2006, Hélène Puel.

Portails et offres de « communauté »

Si l'accès aux programmes passe par des moteurs de recherche et devient donc indépendant d'un distributeur qui est alors réduit à un rôle technique, la constitution d'entités éditoriales autour de logiques de distribution n'aura plus de raison d'être, comme ce fut le cas pour les chaînes thématiques qui s'étaient développées pour justifier l'abonnement à l'opérateur qui les contrôlait.

Le contrôle des portails peut relever de l'exclusivité d'un protocole technique ou être acquis par notoriété, en captant et en redistribuant des publics, en fonction d'un point d'intérêt éditorial, qui formeraient alors une « communauté virtuelle ». La télévision relève encore pour l'essentiel d'accès fermés liés à des protocoles techniques de diffusion spécifiques. Inversement, l'accès à Internet est par définition ouvert. En effet, les différents portails sont en concurrence et ne peuvent s'imposer qu'en additionnant intérêt éditorial, fonctions commerciales (commerce électronique, enchères, publicité), fonction de service (dont les fonctions de recherche) et effets de « communauté » qui passent eux-mêmes par l'exclusivité de protocoles dont l'interopérabilité devient en soi un enjeu.

Communauté et protocoles de messagerie

L'offre de « communauté » passe par des moyens de rencontre, de discussion, de communication et de publication personnelle. Elle recoupe et renforce une offre de services axée sur des messageries écrites, visiophoniques ou vocales, compatibles ou non avec ceux des concurrents et des opérateurs téléphoniques, mais impliquant toujours la maîtrise de technologies ou la licence de logiciels spécifiques.

Microsoft et Yahoo ont ainsi signé un accord, en octobre 2005[1], visant à rendre leurs systèmes de messageries compatibles. Cette association vise très certainement à consolider leur position par rapport à leur principal concurrent, AOL, historiquement adepte de l'usage de technologies spécifiques.

Effectivement, AOL a fusionné avec Time Warner en janvier 2000, AOL engageant pour cela 140 milliards de dollars, l'entreprise résultante étant alors évaluée à 350 millions de dollars, contrôlée à 55% par AOL. AOL Time Warner comprend à ce moment AOL, Time, CNN,

[1] Conférence de presse commune aux deux sociétés tenue le 12 octobre 2005, relayée par le Wall Street Journal et Associated Press. La compatibilité effective est donnée pour mi-2006.
Communiqués originaux :
http://www.microsoft.com/presspass/press/2005/oct05/10-12MSNYahooMessengerPR.mspx
.http://docs.yahoo.com/docs/pr/release1265.html .

CompuServe, Warner Bros., Netscape, Sports Illustrated, People, HBO, ICQ, AOL Instant Messenger, AOL MovieFone, TBS, TNT, Cartoon Network, Digital City, Warner Music Group, Spinner, Winamp, Fortune, AOL.COM, Entertainment Weekly et Looney Tunes.

Or, la capitalisation boursière effective est de 290 milliards de dollars en 2000, pour n'être plus que de 50 milliards en août 2002 du fait de son surendettement, de ses pertes (54,2 milliards sur le premier semestre 2002, 98,7 milliards sur l'exercice 2002) et de résultats commerciaux décevants. En 2005, sa valeur en bourse ne représente encore que 25% de sa valeur initiale, soit environ 80 milliards de dollars. Les principaux actionnaires vont jusqu'à reprocher la fusion aux administrateurs qui l'avaient entérinée : Carl Icahn, investisseur représentant également plusieurs fonds, diffuse en ce sens une lettre à l'ensemble des actionnaires le 11 octobre 2005. Steve Case, co-fondateur historique d'AOL (1991) et maître d'œuvre de la fusion, démissionne de son poste d'administrateur le 31 octobre 2005[1].

Ces actionnaires iront jusqu'à proposer de scinder le groupe en quatre entités distinctes, séparant donc les activités audiovisuelles, presse et Internet. Carl Icahn, qui détiendrait 3% du capital, a présenté en ce sens un rapport d'analyse de la situation de la société, commandé à la banque Lazard, présenté le 7 février 2006, à New-York[2]. Cette séparation pourrait faciliter le recentrement de l'activité d'AOL de *prestataire d'accès* à *portail généraliste*. Or, une dizaine de jours plus tard, le 17 février 2006[3], la direction de Time Warner et Carl Icahn annonçaient avoir trouvé un accord mettant fin à leur différent, celle-ci se déclarant prête à racheter ses actions. Le titre a vu ,effectivement, son cours repartir vers la hausse, après l'annonce de cet accord qui prévoit également la prise en compte des actionnaires minoritaires dans la désignation des administrateurs. Des enjeux, semble-t-il stratégiques, peuvent donc renvoyer avant tout à des enjeux capitalistiques et financiers. L'accès à la direction des groupes est aussi un enjeu de luttes intenses, les moyens de cette lutte passant par le contrôle capitalistique et la communication financière.

La particularité de l'offre d'AOL était d'intégrer un contenu éditorial propre, lié à la souscription à un abonnement exclusif. Ce modèle, associant abonnement à une offre éditoriale particulière, à des services exclusifs et à un accès Internet (initialement développé également sur le réseau Compuserve), a notamment été imité par Vivendi au moment de la

[1] Il avait déjà quitté son poste de PDG en 2003 à la suite du scandale sur les comptes d'AOL. Voir Le Monde et AFP du 31 octobre 2005. Il demeurerait, néanmoins, un des principaux actionnaires individuels du groupe.

[2] « Lazard propose d'éclater Time Warner en quatre » Libération 9 février 2006, Laurent Mauriac.

[3] AFP, New-York 17 février 2006, dépêche reprise notamment par l'Agefi.

mise en place de son offre Internet, après l'abandon de celle d'Havas (HOL) et la remise en cause de ses accords avec AOL, pour un échec complet.

La diminution progressive de son activité de fournisseur d'accès, face à l'arrivée du haut débit, amène néanmoins AOL à se recentrer en quatre ans sur l'activité de portail gratuit. La messagerie d'AOL, AIM, utilise cependant toujours une technologie particulière, acquise après avoir été développée par une société indépendante, Mirabilis (ICQ). Google est également présent sur ce marché, mais en utilisant un logiciel basé sur un code ouvert (XMPP, issu comme Jabber de protocoles développés pour Linux) et une communauté fermée (Gmail), offrant des services limités mais efficaces et garantis sans « publicité intempestive », formule qui a fait le succès de son portail. La 'publicité intempestive' fait référence à l'ouverture automatique de fenêtres non désirées (*pop-up*), aux *spams* ou « pouriels » (piratage des adresses de messagerie électronique pour envoyer automatiquement des courriers non souhaités), ou au parasitage des logiciels de messagerie par des logiciels malveillants, susceptibles de remplacer les fonctions d'usage de l'ordinateur par des fonctions pirates, comme l'inscription définitive dans le navigateur d'un lien vers un site particulier. Ce sont ces raisons de sécurité qui ont été invoquées depuis 2000, par les acteurs dominants du secteur, en particulier AOL, pour justifier la non-compatibilité avec les services concurrents. Apple (iChat) est également présent sur ce marché, bien que son implantation dépende essentiellement de la diffusion de ses machines[1].

À terme, l'enjeu pour les portails est de renforcer leur position en offrant un ensemble complet de services de télécommunications, permettant, aussi bien, l'envoi de messages écrits vers un téléphone mobile que la communication vocale avec n'importe quel abonné téléphonique. On assiste donc à un double phénomène de re-convergence, de prestataires Internet vers les télécommunications, et des opérateurs télécoms vers Internet à travers l'intégration de ce type de fonctionnalités aux téléphones mobiles. Yahoo et MSN ont ainsi passé des accords avec Bouygues et SFR (par Vodafone) pour assurer la présence de leur messagerie chez ces abonnés. Yahoo a également passé des accords avec les constructeurs

[1] En octobre 2005, MSN revendique 8,6 millions d'internautes actifs en France, dont 5,4 via Hotmail ; au niveau mondial, les services de Microsoft et de Yahoo seraient utilisés par 275 millions de personnes, dont près de 9 millions pour la France ; d'après Nielsen Netrating la messagerie d'AOL serait utilisée par 53 millions de personnes sur le marché américain, celle de MSN par 29 millions, 23 millions pour Yahoo ; le cabinet Radicati Group voit, pour sa part, MSN et Yahoo occuper 44% du marché ; Gmail serait utilisé par 0,06 millions de personnes en France. Au moment de l'annonce de la fusion avec Time Warner en janvier 2000, AOL était réputé contrôler 90% du marché des messageries instantanées, soit 180 millions d'utilisateurs.

Motorola et Nokia pour intégrer sa messagerie et son portail au sein des fonctionnalités pré-installées sur les téléphones.

La diffusion à la demande sur téléphones mobiles

La diffusion en continu ou à la demande, de films ou d'émissions de télévision, sur téléphones mobiles ou depuis un portail Internet, constitue l'étape suivante de l'intégration.

Canal Plus a passé en ce sens un accord avec Orange pour diffuser, depuis son portail « 3G » Orange World, des programmes spécialement adaptés de ses émissions les plus emblématiques (Les Guignols, Groland, du football, ainsi que des vidéos érotiques), à partir du 27 octobre 2005[1]. Cette offre a pour objectif de profiter aussi bien de la volonté de personnalisation de leur mobile par les utilisateurs (téléchargement payant de sonneries, de logos, de jeux ou d'animations récréatives) que de son usage dans des situations d'attente ou d'ennui[2]. Leur rôle est effectivement d'être *complémentaires des grands médias*, suivant Jean-Marc Tassetto, directeur général adjoint de SFR et responsable des nouveaux services : *la 3G va occuper des temps de vie, des temps d'attentes, qui aujourd'hui ne sont occupés par aucun média*[3].

La diffusion des matchs de football sur mobile vidéo pourrait en outre s'insérer dans un usage préexistant, reprenant le principe de la radio (la gratuité en moins, cependant) en y ajoutant l'image : les négociations sur ces nouveaux droits seront certainement d'autant plus âpres que le développement de l'usage paraît vraisemblable.

> *Le responsable de SFR a par ailleurs souligné son opposition à toute exclusivité sur des programmes destinés à une diffusion sur téléphone mobile.*
> *"Il ne s'agit pas de transposer l'univers de la télévision avec ses règles d'exclusivité à l'environnement de la téléphonie", a déclaré M. Tassetto qui a affirmé "ne pas être intéressé" par d'éventuelles surenchères sur les droits de diffusion de la Ligue 1.*[4]

Leur modèle économique n'étant pas encore totalement finalisé, on peut comprendre que les opérateurs cherchent un accord entre eux sur les questions d'exclusivité : il reste à savoir si la

---

[1] Voir l'Expansion du 19 octobre 2005.

[2] Voir par exemple sur les usages du mobile *Mobile attitude, ce que les portables ont changé dans nos vies* sous la direction de Joëlle Menrath, Gripic, Hachette Paris 2005, et la notion de « extimité » pour désigner cette sphère d'intimité accessible aux autres, dont la mise en scène est encore en cours de codification sociale.

[3] Conférence de presse du 15 novembre 2005, extraits diffusés par l'AFP.

[4] AFP, même dépêche.

logique qui prévaudra sera la leur[1], ou celle de leur groupe de communication dont ils constituent souvent la branche la plus rentable.

> *Orange World revendique 3,5 millions de connexions aux services de vidéo ou de télévision. Un trafic porté notamment par le championnat de France de football de Ligue 1 dont Orange détient l'exclusivité pour le mobile. "Le week-end, 40 % du trafic vidéo est pour le football", dit-on chez Orange. De son côté, SFR annonce "670 000 sessions de télévision ou de vidéo". Dernier arrivé, Bouygues Télécom a lancé son offre à la mi-octobre. Orange World affirme avoir déjà "largement dépassé ses objectifs de 500 000 abonnés" prévus fin 2005, tandis que SFR espère annoncer 500 000 abonnés fin octobre.*[2]

L'occurrence de la convergence

Dans les nombreux communiqués, annonces d'accords ou de mise en place de services sur le deuxième semestre 2005, on rencontre donc de plus en plus de phrases comme celle-ci :

> *La concurrence sur les contenus audiovisuels semble de plus en plus forte entre opérateurs de téléphonie mobile.*

L'occurrence de ce syntagme est, en elle-même, une conséquence et un marqueur de la convergence qui voit maintenant contenus audiovisuels et téléphonie associés dans la même proposition, sans que celle-ci ne semble incongrue.

Cette concurrence s'exerce néanmoins, le plus souvent, à travers des accords « naturels », c'est à dire au sein des groupes ou entre entreprises ayant des participations communes. La présence de Canal Sat sur SFR est annoncée le 28 juin 2005, tandis que Bouygues Télécom annonce le 14 octobre 2005 la prochaine diffusion de TPS sur son réseau. Orange a, par contre, passé des accords avec plusieurs opérateurs de télévision : Canal Plus, mais également M6 pour la diffusion de ses journaux d'information avec leurs décrochages locaux (annonce du 21 septembre) et l'émission d'information *100 secondes* dérivée de *100 minutes*.

Les principales chaînes sont également accessibles, une cinquantaine chez Orange et SFR : les thématiques représenteraient la moitié de l'audience, principalement les musicales (Trace TV)

---

[1] Les trois opérateurs français ont déjà été condamnés pour entente illicite et distorsion de la concurrence du fait de l'alignement tarifaire de leurs offres d'abonnements téléphoniques. Le 1er décembre 2005, le Conseil de la concurrence leur a infligé une amende de 534 millions d'euros pour « entente illicite ayant faussé la concurrence ».

[2] « La télévision se réinvente pour passer sur téléphonie mobile », Le Monde du 17 novembre 2005, Guy Dutheil.

et les chaînes d'information (LCI), ce qui va bien dans le sens d'un usage proche de celui de la radio.

Des portails ont été développés à cet effet, SFR intégrant la technologie « Streamezzo Rich Media Engine », un logiciel intégré ou téléchargé sur le mobile de l'utilisateur, développée par les équipes du service Recherche et Développement de France Télécom et du GET (Groupe des écoles des télécommunications) pour proposer un guide des programmes qui doit préfigurer la nouvelle télévision mobile interactive.

Types de programmes et technologie de diffusion

Des programmes spécifiques commencent à être produits en 2005 : Fox propose une déclinaison de la série « 24 heures » sous forme d'épisodes d'une minute cadrés en plus gros plan (*mobisodes*), destinés à Vodafone et diffusés en France par SFR. La *diffusion à la demande* des nouveaux épisodes doit accompagner le rythme des saisons de la diffusion télévisuelle.

Plusieurs médias, en particulier NRJ et M6 en France, proposent directement des offres d'abonnement à la téléphonie mobile incluant leur propre portail et leurs propres offres de téléchargement de films, de clips ou de musique, devenant donc eux-mêmes opérateurs[1]. TF1 propose son offre TF1 Mobile[2] depuis le 2 mai 2006. Celle-ci permet d'accéder à des contenus multimédias, pages *web* et vidéos, provenant de TF1 et de LCI. TF1 Mobile n'est pas un opérateur virtuel : il s'agit d'un simple accord de licence commerciale passé avec Bouygues Télécom, assurant totalement la gestion technique de l'offre. En annonçant, en février 2006, le lancement prochain d'une offre de téléphonie, le PDG de TF1, Patrick Le Lay, avait pourtant évoqué la possibilité que TF1 devienne un opérateur virtuel. Les arbitrages au sein du groupe Bouygues semblent donc avoir entériné une stratégie plus prudente[3].

---

[1] Il s'agit « d'opérateurs mobiles virtuels » (MVNO). M6 Mobile (M6 Mobile by Orange) est commercialisé depuis le 25 juin 2005 en utilisant le réseau Orange à la suite d'un accord du 10 janvier 2005 ; voir Le Journal du Net du 9 et du 13 juin 2005. NRJ Mobile utilise le réseau SFR, l'offre est commercialisée depuis le 2 novembre 2005, s'appuyant sur un accord daté du 10 février 2005 avec la filiale de Vivendi ; voir Zdnet du 11 février et du 17 octobre 2005.

[2]. « TF1 met en vitrine son offre de téléphonie mobile » 01net du 2 mai 2006, Philippe Crouzillacq.

[3] « TF1 et Bouygues Télécom lancent TF1 mobile » Le Monde du 23 avril 2006, dépêche AFP.

Bouygues Télécom avait déjà passé un accord de licence avec Universal, diffusant la marque Universal Mobile depuis août 2004[1]. La marque avait été lancée initialement en septembre 2001, dans le cadre d'un accord avec SFR, au sein du groupe VU. Les stratégies et les objectifs des producteurs de contenu et des opérateurs de télécommunication peuvent donc légèrement diverger au sein d'un même groupe.

Le développement de technologies spécifiques à la diffusion de télévision sur mobile modifiera peut-être cet équilibre.

Le Ministre de l'industrie a réuni le 2 mars 2006, à Bercy, le Forum de la téléphonie mobile, regroupant notamment des opérateurs mobiles, des diffuseurs de télévision, des producteurs de contenus et des constructeurs de terminaux[2], avec, pour objectif, le développement de nouvelles technologies de diffusion de la télévision sur mobile en 2007, distinctes des fréquences utilisées pour la téléphonie.

Or, les modèles défendus diffèrent évidemment suivant les liens entre opérateurs et chaînes de télévision. Pour Didier Quillot, le PDG d'Orange, ces nouveaux systèmes de diffusion ne feront que compléter l'offre actuelle :

> Sur son réseau *haut débit 3G « 350 000 abonnés » accrocs à la télé sur le mobile la consomment déjà « plus de 30 minutes par mois »* assure-t-il.
>
> *Discours totalement opposé de Nonce Paolini, directeur général de Bouygues Télécom, dans la minute qui suit : « Le pire, ce serait d'utiliser les réseaux télécom (c'est-à-dire la 3G, ndlr) et de n'imaginer le reste que comme un complément »... Et de démolir la 3G comme vecteur de la diffusion en masse de la télé : c'est « coûteux », « complexe », « fragile », et les terminaux seront chers.*
>
> *Commentaire d'un expert : s'il y a autant de tirage dans le Forum, « c'est parce que deux mondes s'affrontent, celui hyperriche et européen, voire international, de la téléphonie mobile (incarné par Orange) et celui plutôt pauvre, et franco-français de la télévision (incarné par Bouygues) »* [3].

---

[1] « Bouygues Télécom ressuscite la marque Universal Mobile » 01net du 25 août 2004, Guillaume Delaurence.

[2] « Télé Phone Vision » dans Libération du 3 mars 2006, Catherine Maussion.

[3] Propos rapportés dans l'article cité *supra*.

Or, d'après une étude menée sur un panel test de 185 personnes par Bouygues, Sagem et Médiamétrie[1], la télévision sur mobile serait surtout utilisée comme téléviseur personnel d'appoint, le soir et au domicile, alors que les opérateurs anticipaient plutôt un usage dans les situations d'attente durant la journée. Orange aurait observé les mêmes usages, ce qui impliquerait de multiplier le nombre d'émetteurs en DVB-H et en T-DMB[2] pour assurer une bonne réception dans les appartements des zones urbaines denses.

Le gouvernement a lancé une consultation auprès de l'ensemble des acteurs du marché en avril et mai 2006 qui doit aboutir à une proposition de loi en juillet 2006 pour réguler ce nouveau secteur, dans le cadre de la révision de la loi sur l'audiovisuel de 1986[3].

La diffusion à la demande

La diffusion à la demande se développe en parallèle depuis les portails Internet des chaînes, pour un visionnage des films sur ordinateur. Canal Plus (depuis un site dédié, *Canal Play*) et TF1 (sur le site TF1 Vidéo et sur la plate-forme Multivision de TPS) ont annoncé, début octobre 2005, le lancement d'offres assez similaires. La technologie employée diffère légèrement : TF1 propose les films en « flux continu » (*streaming*), ce qui permet une consultation immédiate. Canal Plus propose un système de téléchargement qui offre également la possibilité de commencer le visionnage en cours d'opération, ainsi que la possibilité de procéder à une consultation différée suivant les modalités choisies au moment de l'achat. Pour ne pas sembler en reste, France Télévision a proposé à titre expérimental le téléchargement d'un de ses produits emblématiques, la reprise des Rois maudits[4] début novembre 2005.

Les films présentés proviennent des catalogues de droits respectifs des deux groupes. À terme, ils devraient élargir leur offre en proposant des exclusivités sur de nouveaux films[5].

---

[1] « Ecrans d'appoint… pour la maison » dans Libération du 3 mars 2006, Catherine Maussion.

[2] Systèmes de diffusion de la télévision sur mobiles. Les normes DVB (Digital Video Broadcasting) utilisent la compression MPEG. Elles sont définies par l'Etsi (European Telecommunications Standards Institute), le DVB-H (handled) concernant les applications portables.

Consortium DVB: http://www.dvb.org/ .

[3] « Les portables se préparent à devenir de vrais téléviseurs » Le Monde du 21 mai 2006, Nathalie Brafman.

[4] Version 2005 réalisée par Josée Dayan, JLA Créations.

[5] Le Monde daté du 13 octobre 2005, entretiens avec Bruno Thibaudeau, directeur du développement du groupe Canal+, et Emmanuel Florent, PDG d'eTF1. Voir également Télé Satellite du 13 octobre 2005.

Canal Plus aurait ainsi vendu plus de 300000 *vidéos à la demande*, sur Canal Play, en trois mois, d'après Bruno Thibaudeau[1], directeur du développement du groupe Canal Plus, dont 15000 par la plate-forme du fournisseur Free qui permet d'accéder directement à l'offre.

ADSL ou mobile ?

Entre la consultation de programmes sur mobile, limitée par la taille de l'écran, et la consultation à domicile, il existe également le principe des lecteurs portables : ainsi, Canal Plus a signé le 24 novembre 2005 un partenariat avec la société Archos[2] produisant des baladeurs vidéo, pour le lancement d'un baladeur cinéma qui permet d'enregistrer un choix de programmes à partir de son bouquet, pour une consultation « nomade » ou à domicile. Ainsi que l'indique Bruno Thibaudeau, directeur du développement du groupe, dans son communiqué de presse : « nous préparons la télévision de demain et les nouveaux usages qui sont en train de devenir réalité pour les consommateurs, en particulier la télévision nomade et personnelle ».

Cette annonce fait, assez curieusement, suite aux déclarations de Patrick Le Lay données peu de temps avant, le 22 novembre 2005, lors d'une conférence sur l'avenir de la télévision, intitulée « le spectateur a-t-il changé »[3], organisée par l'Association des Agences de Conseil en Communication, lors de la Semaine de la Publicité sur le thème « les nouveaux enjeux de la communication » à Paris : « si vous voulez regarder la télévision, ce n'est pas pour la consommer en 20 secondes. Si vous la regardez dix minutes par jour, cela coûte 150 euros par mois. Cela fait cher pour regarder la télévision. Sans compter le fait que, en dix minutes, vous avez vidé vos batteries ».

Selon le PDG de TF1[4], l'avenir de la télévision passe donc plus par l'ADSL que par la diffusion sur mobile : « Si l'on veut garder des téléspectateurs, il va falloir aller sur les réseaux Internet. TF1 est en train de concevoir des nouveaux produits qui s'adressent d'abord à l'internaute, que ce soit dans le domaine de la musique, de l'information ou du sport ». Il présente de la même façon la diffusion mobile comme un simple moyen d'attirer les spectateurs vers l'offre télévisuelle classique, qui intègrerait des ressources interactives de

---

[1] « Free, moteur de Canal Play », entretien avec Bruno Thibaudeau, Les Echos 17 janvier 2006.

[2] « Archos et Canal Plus signent un accord de partenariat dans le domaine de la télévision nomade », communiqué de presse commun diffusé par Canal Plus le 24 novembre 2005 : http://media.canal-plus.com/file/09/7/29097.pdf .

[3] Programme des interventions : http://www.aacc.fr/documents/pdf/2005/dossier-presse-sdp05.pdf .

[4] Extraits diffusés par l'AFP et CB News.

plus en plus étendues depuis l'accès par le téléviseur, ce qui est effectivement déjà le cas dans la diffusion par ADSL pour certains prestataires (guide de programmes, VOD, choix de langues, télétextes..).

Patrick Le Lay le réaffirme : « Ce même programme sera sur la télévision et sur les portables. On va concevoir des produits nouveaux qui vont amener l'internaute à s'habituer à la télévision sur un téléviseur, qu'il finira d'ailleurs par utiliser indifféremment pour les deux fonctions ». L'offre de programmes à visionner sur un ordinateur serait donc essentiellement transitoire, en attendant la généralisation de l'interactivité sur la télévision.

TF1 et Canal Plus, images technologiques

Les positions affirmées et développées par les deux groupes sont donc très différentes, mais cohérentes avec l'analyse qu'ils peuvent faire de leur situation dans le marché de la télévision et avec leur ancrage historique, tant en terme de métier, de marketing que de « culture d'entreprise »[1]: les produits payants, la mise en avant de la technologie et la segmentation de l'offre pour Canal Plus, l'accès généraliste le plus ouvert possible pour TF1. Ainsi Canal Plus décline le principe de la chaîne initiale par abonnement sur tous les supports, en s'y adaptant, en utilisant leurs ressources propres (satellite, Internet, ADSL, mobiles, baladeurs…) et en explorant tous les moyens pour répondre à la demande des spectateurs (déclinaisons thématiques, multidiffusion sur plusieurs canaux, etc.), tandis que TF1 n'investit ces espaces qu'avec réticence, non comme des fins en eux-mêmes mais comme des moyens pour drainer les spectateurs vers sa chaîne historique. Cette réticence est cohérente avec la stratégie d'image et de lobbying de TF1, comme on peut le voir dans le cas de la TNT, et avec l'appel à l'intervention des autorités de régulation dans le domaine de la diffusion sur mobile. TF1 a, par ailleurs, été pionnière pour la numérisation de l'ensemble de sa chaîne de production, mais très discrètement, soulignant l'efficacité de la modernisation interne dans les rapports destinés aux actionnaires, tout en investissant beaucoup moins une image de haute technologie dans sa communication publique que ne le fait Canal Plus.

En terme d'impact publicitaire, la multiplication de la concurrence entraîne certes une diminution de la part de marché de TF1, mais elle fait aussi apparaître TF1, corrélativement, comme le seul médium permettant d'atteindre, à partir d'un seul support, le plus grand nombre de consommateurs possible : c'est ainsi, du moins, que la régie de TF1 essaie de valoriser la spécificité de son offre, en insistant systématiquement dans sa communication

[1] Voir le schéma « stratégies d'entreprise » page 180.

financière sur son rôle de leader, permettant d'atteindre une cible large à partir d'un seul média[1]. La phrase « TF1 place 96 émissions dans les 100 meilleures audiences sur les dix premiers mois de l'année, confortant ainsi sa stratégie de programmation événementielle, familiale et exclusive » sert *d'incipit*, presque comme une invocation, à tous les documents de la chaîne en 2005.

Néanmoins, l'érosion du marché publicitaire et de ses positions a amené le groupe à intégrer de plus en plus la notion de diversité de l'offre et des publics, dans sa promotion financière et dans les documents destinés aux annonceurs, alors qu'il présentait essentiellement son leadership par rapport aux « 4 ans et plus » et aux « ménagères de moins de 50 ans ».

> *Sur les dix premiers mois de l'année 2005, la consommation télévisuelle établit un nouveau record à 3h23 minutes en moyenne par jour auprès des individus âgés de 4 ans et plus, soit un gain de 2 minutes par rapport aux dix premiers mois de 2004 et 3h31 en moyenne par jour auprès des femmes de moins de 50 ans soit un gain de 6 minutes par rapport au dix premiers mois de 2004*[2].

La mise en place des nouvelles technologies d'accès aux contenus à la demande

Des programmes issus de ceux de TF1 (notamment des contenus inédits de Star Academy) et de M6 sont, par ailleurs, disponibles sur le service I-pod d'Apple, à la suite d'un accord avec Endemol et Apple[3].

Le portail et moteur de recherche Google propose également de la vidéo à la demande, concurrençant directement les services de télévision. La société met aussi a profit le rôle central de son produit pour concurrencer les éditeurs de logiciels informatiques[4]. Google s'est ainsi associé à CBS et à la NBA pour la diffusion de séries et pour la diffusion de matchs de basket. *« C'est le mariage du contenu avec le moyen d'atteindre ce contenu », a résumé le président de CBS, Leslie Moonves.*[5]

---

[1] Cf. Guide de l'actionnaire 2005 et Bilan d'activité 9 mois 2005.

[2] Bilan d'activité '9 mois' 2005.

[3] « TF1 et Endemol testent les *podcasts* vidéo avec Apple » Zdnet 9 novembre 2005, Estelle Dumout.

[4] Annonce faite le 6 janvier au salon de l'électronique CES de Las Vegas par Larry Page, cofondateur de Google. Voir « L'Insatiable Google se lance dans la vidéo et les logiciels » Libération du 9 janvier 2006, Christophe Alix.

[5] Article cité.

Modélisation du rapport offre / demande dans la chaîne d'accès aux programmes

Pour situer ces enjeux, nous pouvons décomposer les sous-ensembles du marché télévisuel comme autant d'éléments de la chaîne d'accès aux programmes, la convergence pouvant modifier l'importance stratégique de chaque élément.

Dans tous les cas, la chaîne d'accès aux programmes peut se décomposer ainsi :

auteur < producteur < éditeur < distributeur | portail > spectateur

(schéma suivant) [1]

Or, rien ne garantit à terme, après la disparition des distributeurs, que les éditeurs, voire les producteurs, conservent un rôle, ces médiateurs n'étant que les survivances d'anciens monopoles ou d'une ancienne organisation économique de la production d'œuvre. On peut imaginer, dans le cas le plus extrême, que les moyens interactifs permettent aux spectateurs de pré-acheter un programme avant sa réalisation, se substituant aux acteurs traditionnels.

Cette évolution entraîne donc des actions de lobbying, voire des conflits entre groupes de communications souhaitant maintenir leur position dominante et *nouveaux entrants*. Les médiateurs ou les instances de régulation ou de légitimation, que la réorganisation du marché et la modification des modes de diffusion peuvent amener à disparaître, tentent de maintenir leur position, fusse au prix d'une répression de la consommation, comme on a pu le voir dans le débat sur les licences et les droits numériques.

La revue américaine Wired[2] a popularisé le terme *long tail* pour désigner le nouveau principe de vente permis par la baisse considérable des coûts logistiques qu'entraîne la

---

[1] Ce diagramme reprend, comme les graphes relatifs à l'énonciation du sport à la télévision, le schéma de la communication et s'y superpose : CF. Shannon & Weaver : *The Mathematical theory of communication* Urbac 1949 – Worth *: The Development of a semiotic of film in Semiotica I-3 1969* – Moles *: Théorie structurale de la communication et société* Marion 1986.

Voir également de Mathieu Dhordain d'après Andreff & Nys « la cohésion des rapports concurrentiels entre diffuseurs et organisateurs », document de séance présenté lors du séminaire Ircav « Le Sport à la télévision », Université Paris 3, 2000.

[2] Chris Anderson, rédacteur en chef de Wired, octobre 2004 : *Our culture and economy is increasingly shifting away from a focus on a relatively small number of "hits" (mainstream products and markets) at the head of the demand curve and toward a huge number of niches in the tail. As the costs of production and distribution fall, especially online, there is now less need to lump products and consumers into one-size-fits-all containers. In an*

dématérialisation. Un investissement financier et marketing massif sur un nombre réduit de biens culturels permettait de rationaliser ces coûts. La notion même *d'œuvre*, dans une certaine mesure, relève de cette logique. Or, les sites de téléchargement qui sont parvenus à se développer économiquement sont ceux qui se distinguent en mettant simultanément sur le marché un très grand nombre de produits, alors que les principaux bénéfices des industries culturelles sont, traditionnellement, assurés par un petit nombre de titres. Des marchés très restreints, comme ceux de l'auto édition, pourraient devenir viables dans cette perspective[1].

Nota :

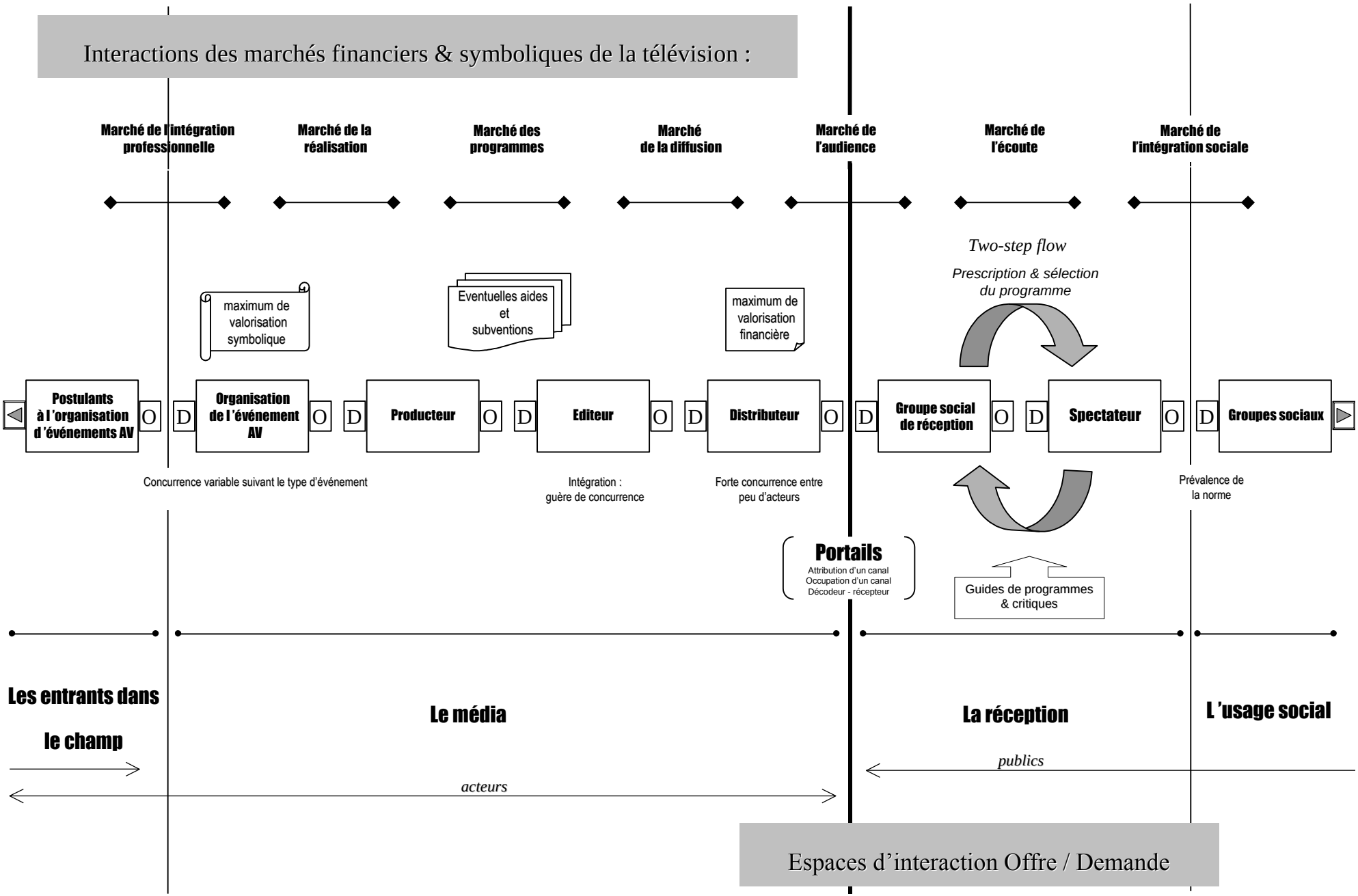
- Par 'marché de l'écoute', nous entendons les recherches sur la qualité de l'écoute, en référant au principe des études qualitatives menées pour les chaînes et au principe des « carnets d'écoute » initié par Jacques Durand pour le service des études d'opinion de l'ORTF (1972-1974) puis pour le CEO (1975-1985) afin de disposer de données sur l'intérêt, l'attention et l'implication des téléspectateurs[2]. Les recherches sur l'écoute se distinguent ainsi de la mesure quantitative de l'audience.
- La compétence particulière quant aux médias dans le champ de réception, pour une personne donnée dans un groupe social donné, peut se prolonger par une prétention à intégrer le champ de production. L'espace du public recoupe dans ce cadre l'espace des acteurs, constituant le marché de l'intégration professionnelle où opèrent les écoles et les établissements de formation à l'audiovisuel. La partie droite du schéma se prolonge ainsi à gauche, dans un mouvement circulaire. Les étudiants en cinéma se situent donc dans ce champ.

---

era without the constraints of physical shelf space and other bottlenecks of distribution, narrowly-target goods and services can be as economically attractive as mainstream fare.
Article archivé sur : http://www.wired.com/wired/archive/12.10/tail.html . Anderson a développé ensuite cette idée dans un *blog*, préfigurant un ouvrage publié en 2006 : http://longtail.typepad.com/the_long_tail/ ; *The Long Tail : Why the Future of Business Is Selling Less of More*, Hyperion.
L'entrée de Wikipédia sur ce terme a également contribué, d'après Anderson lui-même, à populariser ce concept : http://en.wikipedia.org/wiki/Long_Tail .

[1] « Lulu.com, nouveau gisement d'inédits » Libération du 22 juin 2006, Christophe Alix.

[2] Voir *Audiences des médias*, Eyrolles, Paris 1990, et le site personnel de Jacques Durand pour ses définitions et sa chronologie des études d'audience : http://perso.wanadoo.fr/jacques.durand/Site/IndexF.htm .


Interactions des marchés financiers & symboliques de la télévision :
Marché de l'intégration professionnelle
Marché de la réalisation
Marché des programmes
Marché de la diffusion
Marché de l'audience
Marché de l'écoute
Marché de l'intégration sociale
Two-step flow
Prescription & sélection du programme
maximum de valorisation symbolique
Eventuelles aides et subventions
maximum de valorisation financière
Postulants à l'organisation d'événements AV
O
D
Organisation de l'événement AV
Producteur
Editeur
Distributeur
Groupe social de réception
Spectateur
Groupes sociaux
Concurrence variable suivant le type d'événement
Intégration : guère de concurrence
Forte concurrence entre peu d'acteurs
Prévalence de la norme
Portails
Attribution d'un canal
Occupation d'un canal
Décodeur - récepteur
Guides de programmes & critiques
Les entrants dans le champ
Le média
La réception
L'usage social
publics
acteurs
Espaces d'interaction Offre / Demande

Initiatives publiques

Les principaux portails Internet, Yahoo et Google, relèvent de sociétés privées américaines. Plusieurs initiatives françaises et européennes ont ainsi été annoncées pour contrer leur hégémonie. Jean-Noël Jeanneney, président de la Bibliothèque nationale de France, avait par exemple réagi en janvier 2005[1] après l'annonce par Google de la mise en place d'une bibliothèque virtuelle très ambitieuse, appelant à la mobilisation des pouvoirs publics pour mettre en place un contre-projet public et européen[2]. La société Google avait annoncé le 14 décembre 2004 numériser 14 millions de livres dans le cadre du projet Google Print for Libraries[3], après avoir déjà présenté son projet à l'intention des éditeurs Google Print for Editors lors de la Foire du livre de Francfort (Frankfuter Buchmesse) en octobre 2004[4].

Le 16 mars 2005, le Président de la république Jacques Chirac, recevant le Ministre de la culture et le président de la BNF a annoncé son soutien à la constitution d'une bibliothèque numérique européenne :

> *Un vaste mouvement de numérisation des savoirs est engagé à travers le monde. Riches d'un exceptionnel patrimoine culturel, la France et l'Europe doivent y prendre une part déterminante. Il s'agit d'un enjeu fondamental pour la diffusion des connaissances et la valorisation de la diversité culturelle*[5].

---

[1] Dans une tribune du Monde du 23 janvier 2005 « Quand Google défie l'Europe ».
http://www.bnf.fr/pages/dernmin/pdf/articles/lemonde_2401.pdf .
Tribune développée dans un livre éponyme sous-titré « Plaidoyer pour un sursaut », paru le 29 avril 2005 dans la collection Mille et une nuit, Fayard, après avoir rallié les principaux représentants des bibliothèques nationales et publiques européennes. Voir « 19 bibliothèques en Europe signent un manifeste pour contrer le projet de Google », Le Monde, 27 avril 2005, Emmanuèle de Roux.

[2] La BNF présente une chronologie précise de réactions et des initiatives qui ont suivi la prise de position de son président avec la reproduction des principaux textes : http://www.bnf.fr/pages/dernmin/com_google.htm .

Voir également le dossier de l'Express avec les réactions de Jacques Attali, de Serges Eyrolles et de François Gèze : « Faut-il avoir peur de la bibliothèque virtuelle » Olivier Le Naire 28 mars 2005.
http://www.lexpressmagazine.com/info/multimedia/dossier/google/dossier.asp?ida=432335

Ainsi que le dossier quasi-exhaustif présenté sur le site Formats Ouverts :
http://formats-ouverts.org/blog/2005/09/15/536-dossier-bibliotheque-numerique-europeenne .

[3] Communiqué de presse : http://www.google.com/press/pressrel/print_library.html .

[4] « Quand Jeanneney défie Google » Libération du 2 mai 2005, Frédérique Roussel.
« Print.google.fr une bibliothèque balbutiante » Libération du 18 mai 2005, Frédérique Roussel.

[5] Communiqué de presse de l'Élysée : *Communiqué sur l'accessibilité des bibliothèques de France et d'Europe sur Internet* :
http://elysee.fr/elysee/francais/salle_de_presse/communiques_de_la_presidence/2005/mars/communique_sur_l_accessibilite_des_bibliotheques_de_france_et_d_europe_sur_internet.28865.html .

Jean-Claude Junkers, Premier ministre luxembourgeois et à ce moment président en exercice de l'union et Vivian Reding, commissaire à la culture, se déclareront favorables au projet début mai 2005. Le comité de pilotage en vue de la constitution de cette bibliothèque est institué en France en juillet 2005[1].

Signe de l'importance de ces enjeux, Jacques Chirac a rappelé dans ses vœux officiels pour l'année 2006 le lancement de Quaero[2], un projet de moteur de recherche franco-allemand à vocation européenne, dans le cadre de la nouvelle Agence de l'innovation industrielle. Le projet Quaero regroupe cependant des entités aux origines, aux objectifs, aux poids et aux statuts assez divers : des opérateurs comme France Télécom et Deutsche Telekom, des industriels comme Thomson et Thales, des centres de recherche comme l'Institut national de la recherche en informatique et en automatique et l'Institut national de la recherche agronomique, le RWTH-AAchen et l'université de Karlsruhe, des sociétés spécialisées comme le moteur de recherche Exalead, LTU (reconnaissance d'image) ou Vecsys (son) et le groupe de médias Bertelsmann.

Un tel projet peut permettre à ces sociétés de mutualiser leurs moyens pour dépasser les retards européens. Il demeure que la capacité d'innovation et l'émergence de sociétés comme Yahoo et Google correspond à un modèle d'organisation et de disponibilité des capitaux basé sur des notions de réactivité et de légèreté qui semblent ici précisément absentes[3].

Vidéothèques, bibliothèques, photothèques, cartothèques, logithèques virtuelles

Les programmes audiovisuels, en tant que tels, ne deviennent eux-mêmes que des éléments parmi d'autres de types de contenus interchangeables, accessibles suivant les mêmes modalités techniques à partir des mêmes portails.

Dans cette perspective, l'annonce par Google, Yahoo, Amazon et Microsoft de la mise en place de leurs programmes de numérisation et de mise en ligne de contenus textuels et

---

[1] Décret n° 2005-780 du 12 juillet 2005 instituant un comité de pilotage en vue de la création d'une bibliothèque numérique européenne.
Communiqué Bibliothèque numérique européenne : installation du comité de pilotage, site du Premier Ministre *:* http://www.premier-ministre.gouv.fr/information/actualites_20/bibliotheque_numerique_europeenne_installation_53546.html .

[2] « Quaero se rêve en Google de l'Europe » Libération du 6 janvier 2006 par Christophe Alix et Frédérique Roussel.

[3] Aspects présentés sous forme de points synthétiques par rapport à l'image de l'évolution des structures économiques et des médias page 263.

iconographiques, tels que Google Print (bibliothèque virtuelle)[1] et Google Earth (cartographie et prises de vue aériennes) est à analyser en parallèle à la mise en ligne de contenus vidéo et à l'ouverture de services commerciaux de vidéo à la demande. En août 2005, Amazon, lance ainsi sur son site français, la fonction « Chercher au cœur » qui permet de consulter en ligne une partie des livres proposés, tandis que Yahoo annonce, le 3 octobre 2005, le lancement de son projet de bibliothèque numérique OCA, Open Content Alliance, projet auquel Microsoft annonce se rallier le 25 octobre 2005.

Cette question va encore rebondir à la suite de l'initiative d'auteurs et d'éditeurs menaçants Google de poursuites judiciaires[2], et après l'annonce d'un partenariat stratégique entre la British Library et Microsoft le 4 novembre 2005. Rabin Yaghoubi, *Director of Strategic Partner Development* de Google Europe viendra même présenter son programme pour les bibliothèques et les éditeurs à la BNF, lors des journées Ichim 05[3], entendant rassurer ses opposants institutionnels et les convaincre de la complémentarité de leurs projets.

Quel que soit le service, la démarche est la même : « Google fait un effet d'annonce, met en place un prototype de démonstration et teste les réactions et les usages. Quand un problème se présente, comme c'est le cas actuellement avec des éditeurs américains Google, fait marche arrière, négocie et ajuste le tir », analyse Jean-Michel Salaün [4].

Si l'initiative de Google au niveau des contenus imprimés a déclenché un tollé en France, ce n'est donc peut-être pas tant pour les questions de droit d'auteur (la question, encore ouverte, pourrait néanmoins se régler juridiquement, elle ne pose pas forcément de problème pour les textes qui font déjà partie du domaine public[5]) ou de stratégie que pour des questions de prérogative publique et nationale.

---

[1] Renommé Google Book en novembre 2005, après sa mise en service expérimentale en mai 2005, l'annonce de la suspension des opérations de numérisation le 11 août jusqu'en novembre 2005 et sa réouverture le 3 novembre.

[2] L'Association of American Publishers (AAP) dépose une plainte pour violation du copyright mi-octobre.

[3] Le 21 septembre 2005, dans le cadre de la session « stratégies de numérisation du patrimoine » présidée par David Bearman, colloque ouvert par Jean-Noël Jeanneney.

[4] « Google, la bibliothèque virtuelle et la numérisation » Jean-Michel Salaün, Enssib (École nationale supérieure des sciences de l'information et des bibliothèques), responsable du réseau CNRS « Document et contenus : création, indexation, navigation » (RTP-DOC) dans le Journal du CNRS n°188 septembre 2005 : http://www2.cnrs.fr/presse/journal/2404.htm.

[5] Souvent déjà mis en ligne à la suite d'initiatives isolées d'institutions, qu'il s'agisse du programme Gallica de la BNF ou plus anciennement de Babelweb à l'université Paris VIII.

Les questions liées à la qualification énonciative des énoncés (les critères d'indexation des moteurs de recherche demeurent opaques, et nous l'avons vu à propos d'affaires politiques, souvent contestables et contestés) et à l'instrumentalisation économique, liée à la mise en ligne de contenus gratuits comme vecteurs d'usage, sont pourtant des termes essentiels du débat.

La société Google, en bonne logique économique, élargit ses services pour attirer les internautes et les annonceurs sans avoir forcément d'intentions hégémoniques en tant que telles. Elle propose un service qui est d'autant plus intéressant pour elle, dans cette perspective, qu'il lui coûte peu (contenus gratuits issus du domaine public ou contenus payants issus d'une négociation avec les ayants droit qu'elle revend ensuite) et qu'elle peut revendre ou réutiliser la technologie développée pour cela dans d'autres applications privées, le portail servant alors de démonstrateur technologique et de publicité pour la société elle-même.

Ce débat a néanmoins permis de relancer l'intérêt public sur la question de l'accès aux contenus et de débloquer des budgets en faveur des initiatives institutionnelles, à travers les propositions de Jean-Noël Jeanneney en faveur d'un programme public de numérisation à l'échelle européenne.

Le 5 décembre 2005, en présentant au Sénat le budget de son ministère, le Ministre de la culture a pu annoncer le montant du budget pour le comité de pilotage de la bibliothèque numérique européenne :

> « *Enfin, le comité de pilotage de la bibliothèque numérique européenne, que je préside, avance et sera doté de 400 000 euros l'an prochain, si vous adoptez le budget qui vous est soumis, afin que de ce grand et beau projet, voulu par le Président de la république, jaillissent de nouvelles sources de connaissances et de découvertes accessibles à tous les publics.* »[1]

Usages industriels de l'interactivité

L'interactivité présente-t-elle réellement un intérêt en matière de programme ou bien n'est-elle qu'un prétexte à la mise en place de nouvelles infrastructures et à la modification des réglementations et des systèmes d'aide publique ?

---

[1] Communiqué de presse « Présentation du budget 2006 de la culture au Sénat » le 5 décembre 2005 : http://www.culture.gouv.fr/culture/actualites/conferen/donnedieu/051205budget.html .

L'industrie des programmes, activité créatrice, est symboliquement plus gratifiante et plus valorisée qu'une autre entreprise industrielle, ce qui explique qu'elle soit mise en avant. L'application de l'interactivité, qui connaît le plus grand essor, relève pourtant de la promotion mercantile, à travers les différentes modalités du télé-achat, rebaptisé « commerce électronique » puis « économie numérique ».

Il peut s'agir d'un choix par défaut, dû à des déterminations économiques (la rentabilité d'un programme) et stratégiques (proposer une offre numérique et développer des programmes interactifs) propres au secteur. À moins que le télé-achat ne soit l'essence même de la télévision et des nouveaux médias, la finalité et la fin de toutes ses innovations…

Bien que ces programmes soient donc parfois, ironiquement ou non, présentés comme la base de la télévision, ils sont paradoxalement laissés pour cela à des journalistes-animateurs déchus ou bien définitivement cantonnés dans ce domaine : le télé-achat demeure une tâche non noble. Il rappelle peut-être trop les impératifs commerciaux et se situe en bas de l'échelle culturelle, trop proche de l'image des camelots de foires.

Quelles sont alors les implications du développement de la télévision comme espace de proposition commerciale sur l'identité des chaînes ? Cette identité est analysable comme la construction d'un énonciateur unique, prenant en charge des énoncés multiples provenant de différents locuteurs[1]. L'interactivité peut alors faire basculer la télévision d'un espace d'offre de produits culturels, plus ou moins adressés directement au spectateur et plus ou moins identifiés à une chaîne, à un espace d'achat qui ne serait plus que la vitrine économique des groupes auxquels les télévisions appartiennent, les programmes étant le « plus produit » dans une offre globale de télécommunications.

Déterminations technologiques

La qualité des services offerts par les « autoroutes de l'information » tient à leur interactivité, et donc au cheminement personnalisé de l'information, tout en étant tributaire de leur débit.

Or, les transactions commerciales à partir d'un choix de produits peuvent, soit se contenter d'une interactivité faible (valider un choix), soit se contenter d'un débit faible (n'afficher que des images, voire des textes ou un enregistrement vocal pour les services par téléphone), soit se contenter d'une 'personnalisation' faible. « Personnalisation » est entendu au sens de la

[1] L'énonciateur est entendu ici comme l'entité à l'origine de l'énoncé (énonciateur abstrait ou textuel), et le locuteur comme celui qui l'énonce.

personnalisation de la connexion : de un vers tous (télédiffusion), de peu vers tous (minitel) ou de tous vers tous (Internet).

Le télé-achat a pu donc à la fois tirer un profit particulier de chacune de ces contraintes et s'adapter à chacune d'elles.

La commande elle-même peut être simultanée ou passer par d'autres canaux, ce qui est une question importante du point de vue de la prise en compte des usages (la réticence au paiement en ligne) et de l'adaptation de l'offre (l'intégration des systèmes de paiement sécurisés). Les réseaux de télédiffusion n'étant pas tous bidirectionnels, l'interactivité peut supposer l'utilisation d'une ligne téléphonique ou l'envoi de SMS. Les offres peuvent également compléter des systèmes de vente plus classiques (magasins, démarchages ou catalogues)[1].

Remarquons que la législation a très vite été adaptée de façon à promouvoir le commerce électronique : lois sur la sécurisation des échanges de données bancaires pour les paiements, loi sur la confiance en « l'économie numérique »[2].

La disponibilité de la consultation est également un facteur d'usage important : se fait-elle à la demande, est-elle prévisible (comme une émission de télé-achat) ou imprévisible (sur le mode du mailing, du télé-marketing ou de la vente à domicile). Toutes les démarches marketing sont également possibles (ciblage large ou segmenté en fonction d'informations recueillies préalablement).

Ces éléments peuvent déjà permettre de spécifier les contraintes, les limites techniques et les aspects « innovants » des différentes formes de télé-achat. Certaines formes relèvent encore d'une phase expérimentale ou prospective ; leur extension dépend des évolutions casuelles de l'ingénierie et de la volonté des chaînes et de leurs régies.

En terme d'innovation, les nouvelles offres de télé-achat relèvent donc simplement de l'intégration de la télématique et de la télévision : couplé à un modem (ou à une voie de retour quelconque), le décodeur numérique (les deux sont en pratique souvent intégrés, par exemple pour l'ADSL) permet de transmettre directement un certain nombre de choix subsidiaires à

---

[1] Il est à noter que malgré plusieurs tentatives, les chaînes n'ont jamais vraiment réussi à mettre en place des lieux de vente classiques : TF1 Boutique a ouvert un magasin, puis fermé, pour annoncer en août 2005 la réouverture d'un magasin sur Paris (Bd Haussmann) et d'une chaîne de magasins en France : l'identité des chaînes est peut-être trop tributaire de ce caractère « d'énonciateur distant ». TF1 a justement mis en place une boutique virtuelle dédiée à la distribution de ses propres produits dérivés, « tf1store.fr », en novembre 2005.

[2] Chronologie législative présentée en annexe page 473.

partir des éléments apparaissant à l'écran. Ce principe se substitue aux invitations à écrire, téléphoner, ou utiliser un autre système de commande.

L'évolution n'a donc rien d'une rupture ni, à ce titre, d'une innovation : la télévision utilise les processus d'interactivité qui suivent les disponibilités techniques (invitation à venir, à écrire, à téléphoner, à utiliser un minitel, un service audiotel, Internet, et, maintenant, à sélectionner directement les éléments sur l'écran du téléviseur). Le fait d'utiliser conjointement les qualités complémentaires des réseaux de téléphonie et de télédiffusion (la bi-directionnalité de la connexion et le débit) a néanmoins permis de préfigurer ce que pourront être des réseaux intégrés.

Le seul critère stratégique, qui semble différencier sur ces points les offres numériques en présence, tient à la conception du décodeur couplé au récepteur de télévision ou à un ordinateur : la présentation régulière de nouvelles innovations correspond, pour les différents opérateurs, à l'espoir d'imposer leur propre terminal multimédia (dans l'espoir de conserver un rôle de distributeur exclusif), permettant l'utilisation interactive de la télévision et les paiements en ligne, de façon à éviter au maximum au consommateur de devoir différer l'acte de paiement. Canal + a envisagé d'introduire, dès la fin 2000, une nouvelle génération de terminaux, la "net-top box", dotée d'un modem à haute vitesse, d'une capacité graphique et d'une puissance de calcul augmentées, d'une mémoire étendue, de connexions aux périphériques du monde PC[1], vidéo et audio, permettant de combiner sur le même écran la télévision haute qualité, l'interactivité de la télévision numérique et les services d'Internet.

Ce type d'intégration ne sera néanmoins effectif qu'à partir de 2004, essentiellement sur les offres ADSL, par exemple celle de Free dont Canal + est devenu partenaire mais non opérateur. En 2005 les évolutions de la « Freebox » permettent d'interconnecter, à partir de celle-ci, l'ensemble du matériel informatique et audiovisuel de l'usager.

Economie marchande et économie du discours

L'innovation du télé-achat est d'avoir fait de la proposition marchande un genre télévisuel, au sens où une activité sociale donne naissance à un secteur particulier de l'audiovisuel.

Sa particularité, aussi bien économique que textuelle, est en effet d'assurer sa rentabilité par un processus de vente manifeste et direct, tandis que la publicité assure la rentabilité d'un

[1] Canal Plus a déjà ciblé les utilisateurs passionnés par l'informatique, à travers par exemple la chaîne C : qui a permis aussi de préfigurer ces services.

programme par un processus de vente indirect dont la manifestation ne passera que par des méta-discours ou des discours d'accompagnement[1].

Dans le cas de la publicité, la transaction est en effet occulte, même si la forme est explicite (et plus ou moins codifiée légalement et ritualisées) : les modalités de la vente d'un public à un annonceur demeurent opaques et peu manifestes. Des formes d'abonnement gratuit à Internet, ou de réduction sur des forfaits de communication téléphonique ou d'achat de terminaux, ou d'utilisation de logiciels peuvent ainsi impliquer du consommateur l'engagement (ou l'obligation) de regarder ou de recevoir des publicités : suivant notre distinction, cela se rapprocherait d'une forme de télé-achat que l'on peut voir également, d'une autre façon, dans des contrats d'abonnement téléphoniques ou Internet, présentant un produit gratuit contre un engagement de souscription ou de captation, donc de disponibilité particulière à une offre.

Importance économique du télé-achat

Le commerce électronique est extrêmement évolutif : situer ses contraintes semble plus utile que préciser son poids économique exact, secondaire par rapport aux enjeux discursifs recoupant les enjeux stratégiques dans lesquels il s'insère.

La facilité d'accès aux données financières concernant ce secteur, du moins à celles qui sont présentées – et donc instrumentalisées – suivant les desseins précités, et leur évolutivité, paraît rendre assez caduque toute initiative d'en dresser une hiérarchie.

Les chiffres indiqués par l'Association pour le Commerce et les Services en Lugne (Acsel) témoignent néanmoins de la satisfaction des *cybercommerçants*[2]. En 2005, le commerce électronique aurait donc concerné un français sur quatre, un internaute sur deux (13 sur 26,2 millions), soit une progression de 65% par rapport à l'année précédente. Hors l'alimentaire, le *e-commerce* représenterait 3,5% du commerce de détail, pour environ 10 milliards d'euros.

Cette croissance concernerait tous les secteurs, à l'exception notable de l'immobilier et de l'automobile, à la fois pour des raisons légales, pour des raisons d'usage et pour des raisons d'attachement symbolique patrimonial.

---

[1] Cf. Chantal Duchet « Publicité et cinéma » dans *Le Cinéma & l'argent* ouvrage collectif sous la direction de Laurent Creton, Nathan, Paris 2000.

[2] Voir la publication de son baromètre économique : http://www.acsel.asso.fr/fichiers/ barometres/Pres_barometre T1-2005.pdf .

Selon Henri de Maublanc, le président de l'Acsel, *le commerce électronique se détache de son image haut de gamme originelle. « Ce n'est plus* [...] *un achat de cadres, d'hommes ou d'urbains, c'est de plus en plus une consommation de monsieur Tout-le-Monde »*[1].

Une part importante de cette activité concerne les sites de déstockage et les bourses d'échange entre particuliers comme E-bay ou Priceminister, ce qui renvoie bien à notre définition du « C to C » : les sites les plus rentables se contentent d'apporter une plate-forme où les consommateurs échangent des contenus dématérialisés ou des objets marchands, distribués ensuite par le réseau postal ou les messageries de colis. On va donc encore faire ses achats sur Internet pour rechercher de meilleures affaires. La mise en place d'enseignes valorisantes en terme marketing, au point de justifier des prix plus élevés, reste encore à développer.

Or, on peut remarquer que, pour les télévisions françaises, les activités de diversification représentent une ressource considérable : alors que les ressources de la publicité demeurent stables ou ne connaissent qu'une croissance modérée (et semblaient appeler à diminuer de part la volonté politique dans le cas des chaînes publiques, jusqu'à ce que Patrick de Carolis annonce le contraire en 2005), l'apport du télé-achat sous ces différentes formes, des produits dérivés, et des activités de diversification exploitant les vecteurs numériques, devient le principal facteur de croissance, ce qui explique aussi que ces secteurs soient particulièrement valorisés, indépendamment de leur impact économique.

Ils semblent particulièrement importants pour TF1 et M6, également co-actionnaires de TPS. Le développement de services interactifs marchands sur TPS fait, en effet, parti des objectifs annoncés lors du lancement du bouquet.

Pour TF1 les activités de diversification représentent très tôt une ressource considérable, en constante augmentation : 345 millions d'euros en 1996 (+26%), 366 en 1997, soit ¼ du CA (+ 24,5% au 3e trimestre 97). Ces activités comprennent les chaînes thématiques et le télé-achat. L'apport du pôle Edition/Distribution était alors de 150 millions d'euros, dont 53 millions d'euros pour le télé-achat. En 2004, ces ressources représentent 1200 millions d'euros soit 42% des recettes du groupe, avec pour objectif annoncé[2] d'atteindre 50% en 2010. Télé Shopping réalise 100 millions d'euros de CA en 2005, TF1 Vidéo environ 150 millions

[1] Cité dans « Le très haut Débit du commerce en ligne français », Libération du 13 janvier 2006, Christophe Alix.

[2] Lors de la conférence d'actionnaires de septembre 2005.

d'euros. E-TF1, filiale regroupant les activités Internet, SMS et téléphone surtaxé (Audiotel) dégage un profit de l'ordre de 7,5 millions d'euros pour 60 millions d'euros de CA en 2005, contre près de 15 millions d'euros de pertes au moment de sa mise en place en 2001. Sur la période considérée, le chiffre d'affaires du télé-achat a donc doublé sur TF1.

Métropole Télévision a développé une stratégie symétrique, en se focalisant plus encore sur les marges exceptionnelles que doit pouvoir dégager cette activité, quitte à en réduire le volume en cas de récession conjoncturelle dans un des secteurs concernés. M6 Interactions, filiale en charge de la gestion des « produits dérivés », a connu ainsi une croissance fulgurante, passant de 63,5 millions d'euros de chiffre d'affaire en 1997 à 67,3 millions d'euros en 1998, pour atteindre 131,8 millions d'euros en 2003 et redescendre à 103,6 millions d'euros en 2004. Malgré le développement de l'activité d'édition de magazines et de collection d'objets[1], l'activité, dans son ensemble, subit la récession du marché du disque[2] et voit son CA baisser en 2003 - 2004, pour baisser encore de 14% au premier semestre 2005. Elle dégage néanmoins toujours – c'est son objectif affirmé – une marge opérationnelle remarquable : 14,8% en 2004.

Le secteur télé-achat du groupe relève pour l'essentiel de la filiale Home Shopping Service, créée en 1996 et intégrée au groupe en 1997. Son chiffre d'affaires atteint 112 millions d'euros en 2004 et progresse encore de 5% en 2005 : il affiche une croissance insolente, en particulier grâce au développent des « infomercials » et à l'acquisition de Canal Club. Il devrait atteindre, suivant les déclarations de la chaîne[3] fin 2005, 200 millions d'euros en 2006 après l'intégration du site Internet de vente à distance Mistergooddeal[4]. Les activités du disque, de l'édition presse, vidéo et du commerce à distance représentent donc près de 30 % de l'activité du groupe Métropole Télévision dès 1999, part qui semble rester relativement stable sur la période que nous étudions. Elle est de 28,3% en 2004, soit 337,9 millions d'euros, contre 302,3 en 2002, le chiffre d'affaires atteignant 367,8 millions d'euros en 2003.

---

[1] Objets destinés à être collectionnés diffusés en kiosque avec un encart explicatif sous emballage plastique (*blister*).

[2] Rappelons l'ironie qui voudrait que cette baisse d'activité soit due à un autre effet de la convergence : les téléchargements gratuits et illégaux.

[3] Communiqué du 17 novembre 2005.

[4] « Ce site, spécialisé dans la vente de produits électroménagers, informatiques, de vidéo/son/DVD et de téléphonie notamment, a été créé en 2000 et propose un total de 6.000 références, pour un total de 100.000 à 150.000 visites quotidiennes. Avec un chiffre d'affaires estimé à plus de 65 millions d'euros pour 2005, le site est bénéficiaire depuis 2003 » ; « M6 rachète 95% du capital de Mistergooddeal.com, l'équipe dirigeante conservant une participation résiduelle de 5%. La chaîne s'engage à payer un montant maximal de 44 millions d'euros (sur la base de 100% des intérêts) dans le cadre de la transaction. » Télé Satellite 17 novembre 2005.

Le pôle Interaction représente 11% du chiffre d'affaires, le télé-achat proprement dit 9%, les activités Internet (M6 Web) 2% en 2004[1].

À ces activités « traditionnelles » s'ajoute la téléphonie depuis juin 2005 : M6 Mobile Orange, dont l'objectif est de 100000 abonnés en 2005.

Par ailleurs, la publicité tend à devenir interactive et à se rapprocher formellement de la vente par correspondance (VPC). De nouvelles formes de vente apparaissent également, associant programmes, publicité, et vente directe, à la faveur des innovations technologiques et de la multiplication de canaux permise par la diffusion numérique[2].

Le télé-achat peut donc, pour les télévisions, se développer suivant trois axes principaux sur les réseaux numériques :

- Par la publicité interactive, avec un accès en ligne à des catalogues ou à des propositions de vente, à travers des espaces interactifs. Plusieurs expériences d'interactivité ont été menées sur TPS et Canal satellite depuis 1997 : les spots interactifs permettent de disposer d'informations complémentaires sur le produit présenté. Des « boutiques virtuelles » ont également été présentées, ainsi qu'un guide des programmes et des infos météo (Météo Express sur TPS), dans la lignée du télétexte. Le seul véritable succès concernerait les paris hippiques proposés par la chaîne de courses (Equidia), un service lancé en novembre 2000. La même année TPS a proposé des accès aux comptes bancaires ou à des services de messagerie. Ces offres, tributaires à la fois des objectifs commerciaux, de partenariats complexes à gérer, de moyens techniques longs à renouveler (le parc de décodeurs) et d'effets d'annonce vis à vis des investisseurs n'ont guère évolué en cinq ans. Le 8 septembre 2005, TPS a néanmoins annoncé le développement d'une nouvelle plate-forme décodeur basée sur la technologie du prestataire OpenTV, devant permettre le développement des fonctionnalités de télé-achat et de publicité interactive. La mise en place d'un tel terminal (intégrant un disque dur) avait déjà été présentée comme un objectif majeur par TPS en octobre 1999[3].

---

[1] Données extraites des rapports financiers et des rapports d'activités annuels de TF1 et M6 ; les données 2005 sont une extrapolation que nous avons établie à partir des publications financières communiquées en cours d'année.

[2] Une offre de services ne demande qu'une bande passante faible (débit), le taux de compression dépendant de la richesse de l'image en terme de définition et de fréquence, c'est à dire de renouvellement VS redondance de l'information à transmettre en un laps de temps déterminé.

[3] Marketing Magazine n°43, 1/10/1999.

- Par le marketing en ligne (achat par Internet)[1] : les chaînes s'associent à des prestataires d'accès et peuvent également proposer des offres conjointes pour un accès internet. Ces offres vont à terme, suivant l'évolution des réglementations et du marché, intégrer téléphonie, télévision et internet. La publicité apparaît également au sein de programmes multimédias qui peuvent intégrer une offre de commerce électronique.
- Par l'association d'une thématique à de la vente directe (la vente directe pouvant devenir elle-même une thématique). Les chaînes musicales peuvent ainsi s'associer à la promotion et la distribution de disques (M6 et NRJ, au sein de la CLT, ont ainsi développé à la fois des chaînes spécialisées et une activité de vente de produits musicaux). D'autres expériences associent défilés de mode et télé-achat de vêtements (Fashion TV) ou multimédia et produits culturels.

Si la télévision permet donc le télé-achat d'activités culturelles extérieures au média (réservation de spectacles, téléchargement de jeux vidéos)[2], elle permet également le télé-achat de programmes personnalisés, suivant le principe du pay-per-view.

Le multimédia comme offre marketing

Si au sens technique, multimédia désigne l'association de l'informatique et de la vidéo, au sens industriel, multimédia désigne l'association de moyens industriels relevant des télécommunications, de la télévision, de l'industrie des programmes, et des appareils de réception. De tels groupes industriels contrôlent la totalité de la chaîne de production (leur structure capitalistique pourra être néanmoins très variable (holding, groupement d'intérêts, participations croisées, filiales communes…) ; or, c'est l'association de ces technologies qui permet d'imposer un type de terminal ou de portail, et donc de privilégier des offres internes face aux offres concurrentes.

Au sens commercial, multimédia va désigner des stratégies de vente et de promotion associant un même produit à plusieurs supports; cette notion va donc recouper celles de 'tie-in' ou de vente croisée : un même concept est décliné au travers de plusieurs produits, audiovisuels ou non, ou bien une marque cherche à s'assurer une visibilité et une notoriété maximum en s'associant à des médias, des produits, des services, ou à d'autres marques qui ne relèvent pas

[1] Les chaînes peuvent ainsi s'associer à la vente de tous types de services. M6, dans la logique d'une association clips / disques / spectacle, a acquis en mars 2000 33 % de Ticketnet, un opérateur de billetterie en ligne.).

[2] En dehors de la vente de services (ou de programmes téléchargeables ou de produits « télé-distibuables » : informatique, vidéo, musique), les contraintes logistiques sont en effet les mêmes que pour la VPC.

de son activité principale, pour associer à des offres conjointes. Le risque est alors d'arriver à une « saturation » du message et des supports.

La stratégie technique et commerciale des entreprises audiovisuelles pourra prendre la forme d'une ambition de type 'total media', visant à mettre en place une offre commune susceptible d'atteindre le consommateur à travers des canaux différents suivant sa disponibilité (par exemple chaîne généraliste + chaînes thématiques + radio + presse + édition + disque + production et distribution cinéma et vidéo, + Internet et services en ligne), et permettant de rentabiliser par la vente de produits l'effort éditorial fourni. Le ciblage peut en effet être particulièrement précis, à la fois par segmentation de l'offre et contrôle électronique de l'usage.

La déclinaison de chaînes sous-thématiques (canaux complémentaires de la marque d'une chaîne, découpés en fonction de centres d'attraits ou de la segmentation de la cible) s'inscrit précisément dans cette stratégie[1].

Incidences de l'achat de programmes à la demande

Le télé-achat peut donc faire évoluer la télévision vers une logique de promotion d'une production multisupport, ce qui permet aux chaînes de valoriser au maximum leurs catalogues ou les programmes sur lesquels elles détiennent des droits en les vendant à l'unité, comme des produits (*pay-per-view* ou *video on demand*, cassettes, dévédés, cédéroms…) L'interactivité permet alors, non seulement la promotion des produits, mais également leur vente immédiate et donc le contrôle de la distribution. D'une identité de chaîne, construite comme un énonciateur adressant des programmes (néo-télévision) on s'acheminerait vers une identité de réseau, combinant sous une même marque la production et la distribution de ses produits. Cette évolution rejoint explicitement le regroupement d'entreprises de communication avec des industries de programmes et leurs prises de participations.

Le principe d'un 'télé-achat' forfaitaire des programmes par le téléspectateur, par le biais de la publicité, ou de son achat forfaitaire par abonnement ou par contribution parafiscale serait ainsi remis en cause. Le principe de l'achat forfaitaire des programmes par les chaînes, par le biais d'obligations réglementaires (réinvestissement obligatoire dans la production) ou

[1] Par exemple pour Discovery (États-Unis): Home & Leisure, Science Channel, Civilisation, Kids, Wings, Health.

d'accords contractuels (diffusion d'événements sportifs) pourrait alors également s'avérer caduc.

En effet, l'extension du principe du télé-achat à l'offre de programmes peut entraîner l'apparition d'une offre concurrente qui ne dépendrait pas des chaînes (les distributeurs) mais d'un regroupement des producteurs : les clubs de football anglais ont pu ainsi envisager de prendre directement en charge la retransmission de leurs rencontres (en paiement à la demande) pour court-circuiter les réseaux de distribution. Peut-on imaginer un développement semblable pour le cinéma, les producteurs présentant directement leurs films en pay-per-view, compensant le caractère factice des obligations de production des chaînes ?

C'est là un des principaux enjeux de la renégociation de la directive Télévision Sans Frontières. Les sociétés d'auteurs (en particulier la SACD[1]) ont formalisé leurs propositions à la Commission dans le cadre des pourparlers préalables dans le sens du maintien d'un principe de quotas pour les offres de diffusion « non linéaire » (à la demande). Ces sociétés réagissaient ainsi aux attendus de la conférence européenne sur l'audiovisuel de Liverpool[2], suivant laquelle *les services non linéaires devront contribuer au développement du secteur de la production européenne*. La commission doit alors présenter les conclusions de ces entretiens préalables et ses projets définitifs de résolution en décembre 2005.

L'éventuelle autonomisation des producteurs d'événements cinématographiques ou sportifs au sein du champ télévisuel dépendra des contraintes et des pressions économiques réciproques. Elle serait néanmoins le pendant logique de la prise en charge de la production par les distributeurs, qui menace à terme l'autonomie des producteurs.

Une chaîne a plus de moyens d'intervenir sur le contenu d'un produit si elle en contrôle totalement la production et si la totalité de la chaîne de production et de retour sur l'investissement est intégrée. On peut donc se demander si les films de cinéma ne seraient pas des produits par défaut, en attendant la mise en place de structures de production qui permettraient de proposer des fictions télévisuelles et non plus télévisées propres[3] ; ainsi le placement de produits ou le droit d'asile (produits présentés dans le programme sans qu'ils soient explicitement nommés comme finançant le programme) pourrait redevenir explicite et

[1] Voir les communiqués de presse de la SACD du 26 septembre 2005.

[2] Voir le document de synthèse de la commission et à l'allocution finale de la commissaire Vivian Redind.

[3] C'est à dire construites formellement en fonction des limites techniques, des usages de réception et des impératifs économiques du médium.

ouvrir vers des galeries marchandes virtuelles… Sur le même point de vue, le sport télévisé pourrait-il être remplacé par un télé-foot filmé en studio avec des spectateurs sélectionnés par la chaîne ? Les clubs sont, en effet, de plus en plus exigeants en matière de droits de retransmission, tandis que la gestion capitalistique des clubs les coupe de toute la tradition du « supportérisme » qui les légitime, mais qui demeure peu présentable. On pourrait voir cela comme une sorte de « potlatch » au sens de Baudrillard. On peut aussi considérer que le sport sert aux télévisions à mettre en avant leur capacité à s'approprier des droits exclusifs, et donc à rendre visibles leurs stratégies de marché. Elles montrent, en particulier, l'état de leurs finances et peuvent donc renforcer leur image de marque comme entreprise fiable. Cet argumentaire, très fort de la part des acteurs, est peut-être trop récurrent pour être crédible.

La publicité pourrait-elle être envisagée également comme une source de financement par défaut, à laquelle pourrait se substituer le télé-achat ? Les objets présentés pourraient être alors remplacés par les produits dérivés des chaînes. Peut-on imaginer, qu'un jour, la publicité, qui a par ailleurs acquis une certaine autonomie comme champ culturel légitime, ne soit plus accessible qu'à la demande ou sur un canal thématique[1] ?

La diffusion des bandes-annonces des films de cinéma pourrait présenter un précédent.

Service et télévision : le cas des portails « cinéma »

Le CSA a donné son agrément fin 1999 à Ciné Info[2], une chaîne ne diffusant que des bandes-annonces et proposant, aux autres éditeurs, d'en reprendre gracieusement des « modules » pré-montés. Présente initialement sur Noos TV et destinée à intégrer TPS (dont Suez détient alors 25%), elle deviendra Ciné Cinéma Info en intégrant le bouquet satellite de Canal Plus, avec une offre plus diversifiée, comprenant des magazines réguliers d'information sur le cinéma ou des retransmissions du festival de Cannes.

---

[1] Une chaîne du groupe Fox serait déjà dédiée à la publicité en Angleterre.

[2] Ciné Info conventionnée (05/01/2000) La Lettre du CSA n° 125 :
La chaîne thématique Ciné Info a signé une convention en vue de sa distribution sur le câble. Editée par la société Films Distribution, cette nouvelle chaîne a pour ambition de se consacrer exclusivement à la promotion du cinéma en proposant un programme élaboré autour de bandes-annonce présentées sous forme de modules thématiques de dix minutes. Diffusée en clair, dans un premier temps sur Astra, puis sur Eutelsat, Ciné Info sera proposée gratuitement aux câblo-opérateurs.
La convention de décembre 1999 est renouvelée novembre 2004.
En décembre 2000, après le Crédit Lyonnais, Asset Management, Robinvest et FKGB (conception de sites), Suez Net Invest (fond d'investissement, détenu alors à 100% par la Suez-Lyonnaise des Eaux) en devient actionnaire pour un tiers de sa valorisation boursière.

Son histoire est donc assez mouvementée[1] : elle n'est diffusée sur TPS qu'à partir du 4 mai 2001, pour fusionner avec sa concurrente Allo Ciné Télévision le 16 avril 2002 et passer ainsi, pour moitié, sous le contrôle de Vivendi Universal (le groupe du bouquet concurrent), redevenir Ciné Info en décembre 2002, et enfin, quitter le bouquet TPS le 1er janvier 2004 (remplacée, ironie du télé-achat, par Canal Club). Sa diffusion sous le nom de Ciné Cinéma Info, sur le bouquet de Canal Plus permet alors d'équilibrer le nombre de chaînes cinéma affichées dans les offres respectives des bouquets.

Les promoteurs de la Chaîne ambitionnaient, au moment de son lancement, d'en faire le portail cinéma de TPS, en intégrant des éléments interactifs et une offre de programmes à la demande. Cette offre devait être développée en parallèle sur son site web, mais le haut débit étant encore peu développé, seule la télévision par câble ou satellite permettait alors une diffusion de programmes à la demande avec une qualité d'image suffisante. Il était prévu également de diffuser des bandes-annonces sur les téléphones mobiles, dès 2004, en utilisant la technologie UMTS[2].

Au dire même de ses fondateurs, la chaîne profite, lors de son lancement, de la notoriété d'Allo Ciné, billetterie et plate-forme de services d'information sur les films et les séances, qui développe un portail Internet au même moment. Propriété de Vivendi Universal[3], Allo Ciné est rattachée à la filiale Internet du groupe, en 2002. Allo Ciné affiche alors des ambitions[4] très proches de celles de Ciné Info depuis deux ans : son service Allo Ciné Vision (lancé en janvier 2001) évolue en Kiosque Ciné et permet d'expérimenter la vidéo à la demande en haut débit sur Internet, sur le premier semestre 2002. La société projette, au même moment, de développer une offre pour mobiles en fonction de la mise en place des accès hauts débits. Elle dispose déjà, en effet, d'une expérience dans ce domaine, depuis la mise en place d'Allo Ciné Edition Mobile sur le *wap* en 1999.

---

[1] A titre expérimental, afin d'observer l'évolution d'un article, cette partie de texte a été publiée sur Wikipedia en octobre 2005 :
article contributif (évolutif) : http://fr.wikipedia.org/wiki/Allocin%C3%A9
historique des transformations : http://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=AlloCin%C3%A9&action=history
version proposée : http://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=AlloCin%C3%A9&oldid=3802523 .

[2] Entretien donné par François Yvon, co-fondateur, au Journal du Net, 27 décembre 2000.

[3] Ce service est créé en 1993 par la société Production du Téléphone (fondateurs : Jean-David Blanc et Patrick Holzman) puis repris par Canal Numédia (filiale Internet de Canal Plus) à 25% début 2000, 75% en août 2000 pour être racheté à 100% par Canal Plus en mai 2001.

[4] Entretien donné par Jean-Pierre Giovanonni, directeur général, au Journal du Net, 4 septembre 2002.

Or, Allo Ciné investit aussi le domaine de la télévision, après s'être développé sur le minitel, le téléphone (audiotel), le mobile (déclinaisons *wap* et *SMS*), les portails des opérateurs (SFR Ciné), le web et dans la presse (Allo Ciné Mag). Lancée en 2000, la chaîne Allo Ciné Télévision fusionne donc avec son concurrent le 26 avril 2002, sous la marque Allo Ciné Info (AlloCiné TV 50%, Ciné Info 50%).

On peut remarquer que la société avait déjà intégré une offre de télé-achat en acquérant en août 2000 Cinéstore.com, site de vente de produits dérivés cinématographiques et de disques vidéos issu de la VPC. La vente des billets en ligne ne représente, en effet, que 15 à 20% du chiffre d'affaires d'Allo Ciné.

Figurant parmi les actifs les plus faciles à vendre de VU, Allo Ciné redevient indépendant en septembre 2003, à la faveur de la restructuration du groupe[1]. La société prévoit, à ce moment, de parvenir à dégager des bénéfices en 2004 (malgré 4,5 millions d'euros de pertes en 2003). Outre une « marge de progression importante » (moins de 1% des billets de cinéma sont vendus en ligne en France contre 60% aux États-Unis d'après le service de presse d'Allo Ciné), cette société occupe une position quasi monopolistique de portail du cinéma, vendant ses contenus et ses services à l'ensemble des portails généralistes et aux opérateurs de téléphonie mobile.

En terme d'occupation de l'espace, Allo Ciné a parfaitement réussi à imposer sa marque dans tous les secteurs où elle pouvait décliner ses services, absorbant des sociétés complémentaires comme Cinéstore ou parasitaires comme Ciné Info ; malgré ce succès, la viabilité économique du modèle demeure fragile. A l'inverse de Ciné Info, qui se positionne dès le départ comme une télévision, le positionnement pragmatique d'Allo Ciné, du côté des services, lui aura permis de mieux s'adapter aux évolutions technologiques : ses services peuvent, en effet se satisfaire d'un bas débit, comme sur le minitel ou le *wap* et être proposés pour un coût faible.

La vente de billets est effectivement un service beaucoup plus facile à dématérialiser que la diffusion de films. Le pari de Ciné Info sur le développement de la vidéo à la demande s'est révélé erroné : l'offre proposée par le biais des bouquets télévisuels ne s'est pas imposée, tandis que la vente de DVD, en particulier par VPC, explosait. Le haut débit est apparu plus tard que prévu sur les mobiles, mais s'est développé assez rapidement sur poste fixe grâce à l'ADSL, ouvrant le marché du téléchargement de films.

[1] La société est reprise par le fond d'investissement Cita Gestion FCPR1 (Compagnie d'Investissement dans les Technologies Avancées), fond d'investissement français créé en 1985 à parité entre des institutions financières françaises et koweïtiennes.

La vidéo à la demande, susceptible de générer d'importantes rentrées financières pour les propriétaires de droits audiovisuels, est un aspect extrêmement sensible dans la stratégie des groupes de communication. La dématérialisation de la diffusion n'est en effet pas sans risque : la position centrale passe du distributeur au portail, comme nous l'avons vu. Le remplacement d'un objet (le support du film) par un simple service de diffusion pose à la fois des risques techniques (piratage) et commerciaux (habitude de la gratuité, perte d'image du produit).

Or, la valeur des catalogues dépend maintenant du succès de ce nouveau mode de diffusion : on comprend donc que les détenteurs de droits audiovisuels recherchent toutes les garanties techniques, juridiques[1] et commerciales, avant de lancer définitivement un service dont on n'est pas encore certain qu'il tienne toutes ses promesses en terme de valorisation financière.

Ils ont en même temps besoin, vis à vis de leurs partenaires financiers et du public, de donner des gages de leur présence sur ce secteur tout en testant ses modalités de diffusion auprès des usagers : c'est ce qui justifie l'intérêt des expériences que nous avons citées, dont le développement d'une offre de vente de films en ligne par Canal Plus et TF1, fin 2005.

Les transmissions immatérielles de contenus ont encore une image de marque négative qui nuit à leur insertion sur le marché. L'évolution des technologies entraîne, toujours, d'autre part un problème industriel de compatibilité, imposer une norme demeurant coûteux et incertain.

Pour Canal Plus, l'enjeu est toujours de maintenir une certaine avance en terme technologique et d'anticipation des usages, pour justifier l'intérêt de services payants. Pour TF1, il s'agit bien de maintenir sa position de leader sur laquelle repose son modèle économique. Pour Métropole Télévision, les investissements ne sont consentis que très ponctuellement sur des sociétés précises et très bien intégrées, avec pour objectif la meilleure rentabilité.

Dématérialisation, contenus et promotion

L'offre de vente à distance de vidéos, sur un support disque ou cassette, permet d'éviter les risques de dématérialisation tout en associant la vente de contenus à un portail. Sera-t-il pour autant possible de sortir de la « spirale infernale », pour les propriétaires de droits, qui lie dématérialisation et gratuité ?

[1] Vis à vis des ayants-droits (s'assurer de la cession des droits de diffusion numérique à la demande) et des consommateurs (lobbying en faveur de la pénalisation des téléchargements illicites).

En effet, quel intérêt y a-t-il pour un consommateur à payer pour un contenu vidéo ou musical s'il ne peut l'exposer sur ses étagères ou dans sa bibliothèque, ni le prêter à ses amis, ou l'échanger avec un voisin ? L'usage social, convivial et statutaire des objets culturels passe précisément par cette condition d'existence matérielle [1], parfaitement exploitée dans la distribution des dévédés. C'est le principe des « bonus », des « collectors », des « éditions limitées », dont la valeur est liée à la rareté, et donc à la compétence de l'acheteur pour les trouver, et à sa capacité économique pour les payer. Cette valorisation statutaire se double aussi, sans doute, de l'affichage de la compétence et des connaissances méta-discursives du propriétaire de l'objet, par le biais de ces « bonus » et « making-off » : c'est un spectateur qui montre sa connaissance des conditions de production des produits culturels qu'il apprécie.

L'intérêt des concerts par rapport aux disques est probablement, au moins en partie, du même ordre : se constituer comme un spectateur particulier et privilégié qui a eu accès aux conditions d'énonciation du produit, aspect que le marketing des spectacles sait parfaitement utiliser (le « j'y étais »). Un disque vidéo s'inscrit dans une économie classique des objets où leur valeur statutaire tient à leur rareté et à leur prix : devoir payer pour les acquérir fonde cette valeur statutaire. Par contre, la valeur d'usage des contenus s'inscrit très facilement, pour le consommateur, dans un régime de gratuité comme le montre le succès des téléchargements illégaux. Les bibliothèques, la radio et la télévision avaient déjà inauguré depuis longtemps le principe de la lecture ou de l'écoute « gratuite »[2].

L'indigence de l'offre et la complexité technique d'utilisation des offres payantes amplifient encore ces freins : la volonté de contrôle de la diffusion de leurs titres, de la part des éditeurs, les a ainsi amenés à développer des formats incompatibles entre eux et avec les appareils de lecture concurrents[3].

---

[1] Ou rituelle dans le cas du théâtre, du cinéma ou des salles de spectacle de façon générale, qui donnent lieu à d'autres formes de socialité et d'usages statutaires qui vont justifier le prix d'entrée : cette dimension sociale est particulièrement évidente dans le cas du théâtre où elle a été complètement institutionnalisée (jeux sociaux de mise en condition avant la sortie au théâtre, entre-actes, foyer, discussions sur la représentation…).

[2] Nous entendons bien entendu toujours par gratuit le fait que l'acte de vente n'apparaisse pas, le paiement passant par les prélèvements fiscaux ou la publicité. N'oublions pas non plus que malgré leurs saillies régulières contre la lecture gratuite, les éditeurs doivent une grande part de leurs bénéfices aux ouvrages du domaine public.

[3] Voir la campagne du Bureau Européen des Consommateurs (regroupement d'associations de consommateurs) lancée le 10 novembre 2005 sur http://www.consumersdigitalrights.org, en s'appuyant sur une étude technique et une étude du contenu des offres. Libération du 11 novembre 2005 « Télécharger légal, c'est télécharger banal : une étude pointe la pauvreté des sites de musique en ligne qui privilégient les stars du moment », Florent Latrive.

La fonction statutaire des collections musicales se retrouve néanmoins dans les nouvelles formes de convivialité permises par la dématérialisation, en particulier par le biais des baladeurs numériques.

Présenter en société sa collection de disques implique en effet de recevoir à son domicile ou de se déplacer avec un volume d'objets improbable. La dématérialisation résout ce problème : un baladeur mobile permet de partager en n'importe quel lieu sa collection de disques. Internet et des relais sur des blogs permettent en outre de retrouver un nombre considérable de variantes d'un même disque ou d'une même chanson, dont la découverte aurait auparavant demandé des années de recherche assidue.

Chacun peut, ainsi, à la fois partager ses goûts musicaux et mettre en valeur ses compétences de mélomane et de découvreur. Ces échanges peuvent aussi avoir lieu en ligne dans des forums, à partir de sites webs spécialisés ou de blogs et de pages personnelles. Ces espaces virtuels n'excluent pas les lieux physiques : le principe de soirée dans des bars, où chacun présente en public ses enregistrements préférés en branchant son baladeur sur la sonorisation, se développe à Paris en 2005, dans des lieux réputés, tant pour leur exigence musicale que pour leur convivialité[1].

L'attention portée à la diffusion vidéo sur mobiles tient certainement au caractère particulier de son usage statutaire, assez proche de celui des baladeurs (fonction qu'ils peuvent également intégrer) : individuel, « nomade », il est à la fois public et intime, d'usage fonctionnel et instrument d'affichage de postures. Son usage associe, par principe, paiement, dématérialisation et services de personnalisation parfois coûteux, ce qui pourrait faciliter sa promotion pour la consommation de contenus payants.

Le modèle de la télévision payante permet, en effet, de dépasser le problème de la séparation stricte des contenus éditoriaux et publicitaires, sur lesquels repose théoriquement la télévision[2] en France. Or, la télévision interactive s'inspire du mode de communication d'Internet, mais ne peut en reproduire les particularités énonciatives : masquer l'émetteur ou abriter un émetteur caché fait partie du fonctionnement d'Internet. Le web repose sur une intime intrication du contenu éditorial, des offres de service, des offres de vente et de la publicité. Le principe de « l'affiliation » consiste, par exemple, à intégrer sur une page un

[1] Voir « L'Ecoute musicale bouleversée », Le Monde du 10 novembre 2005, Odile de Plas.

[2] Bien que le droit d'asile ait été très présent et officiellement promu entre 1950 et 1970. La position du CSA s'est également assouplie en 2005, d'autant plus qu'elle relève maintenant, officiellement, d'un examen au cas par cas pour les téléfilms et les séries lourdes.

formulaire de commande ou un lien vers un site commercial, les contacts générés ainsi donnant lieu à une rémunération de celui qui a placé les liens.

On peut donc se demander si la télévision généraliste, en devenant une vitrine d'offres multimédias pour ne plus présenter que des programmes promotionnels[1], ne va pas rejeter tous les produits non spécifiquement télévisuels de ses grilles : ceux-ci ne seraient plus disponibles que suivant les modalités du télé-achat[2].

Information et promotion

Or, la télévision doit sa légitimité au fait de rendre compte d'événements réels. La télévision devient pourtant co-productrice de l'information, au même titre qu'elle co-produit la fiction ou le sport, en produisant l'événement à travers des reality-shows, des débats, des talk-shows. Elle produit même entièrement l'événement dans le cas de certains magazines d'actualité, en présentant des faux reportages, parfois sanctionnés par la justice[3]. Les agents de la télévision eux-mêmes se retrouvent dans la position paradoxale de revendiquer un statut journalistique alors qu'ils font essentiellement la promotion des produits de leur chaîne. Les journalistes sportifs des chaînes de télévision se retrouvent, par exemple, dans une position ambiguë quand des clubs relèvent d'une chaîne de télévision, qu'il s'agisse de leur groupe ou de concurrents.

Un produit, pour être attrayant, doit-il conserver une valeur objective comme objet du monde réel, ou peut-il être réduit à une valeur purement symbolique ? La promotion du télé-paiement des programmes et du télé-commmerce débouchera-t-elle sur un univers d'échanges purement virtuels ou ne s'agit-il que de l'association casuelle de moyens initialement séparés et seulement réunis à des fins capitalistiques ?

La transformation des modalités économiques de la télévision a entraîné un changement de ses modalités textuelles (de la paléo à la néo télévision), avec la substitution d'un paiement

---

[1] Voir aussi la présentation des « tubes de l'été » dans les JT de TF1 sans qu'il soit signalé que ces musiques sont produites par une filiale.

[2] À moins que celui-ci ne serve plus qu'à la distribution de produits dérivés : TF1 a mis ainsi en place en novembre 2005 une boutique virtuelle, TF1store, dédiée à la vente de produits dérivés de la chaîne et de programmes sur support vidéo produits par le groupe.

[3] Assez rarement cependant. Le journaliste Aziz Zemouri poursuivra ainsi en diffamation Martine Aubry et Laurent Carhalat pour avoir affirmé à la télévision (*La Preuve par l'image,* France 2, 18 septembre 1995 repris ensuite dans *Arrêt sur image*) qu'un reportage sur les banlieues était « bidonné » ; le tribunal correctionnel de Paris leur donnera pourtant raison : *Les conditions mêmes du tournage sur les lieux ont comporté le recours à des procédés mensongers de mise en scène incompatibles avec les exigences d'un reportage journalistique,* 17ème chambre correctionnelle de Paris présidée par Jean-Yves Montfort, 12 avril 1996.

indirect pris en charge par des annonceurs à une subvention initiale de l'État, et la figuration d'une forme d'interactivité. Si les animateurs ne sont plus que des vendeurs, chargés de convaincre les spectateurs des bénéfices symboliques des produits que la télévision propose et qu'il sera possible d'acquérir à partir de sa télécommande, on s'achemine peut-être vers une post-télévision.

Celle-ci se caractériserait par son intégration au sein d'une offre accessible par un terminal unique et une interface unique, qui n'est autre que le portail défini précédemment.

Les portails et les moteurs, voire les plates-formes commerciales de distribution de contenus ou d'échange, n'auront cependant plus lieu d'être, s'ils ne servent qu'à palier une absence d'indexation interne en reconstruisant une structure distributive hiérarchique.

En effet, l'évolution d'Internet permettra peut-être des formes d'indexation et de renvois entre sites et entre textes ou contenus multimédias indépendantes des portails, suivant le principe de navigation des *blogs*. Les premières pages personnelles en HTML, au début du *web*, servaient déjà aux usagers à indexer les sites qu'ils visitaient, pour permettre aux autres internautes d'y accéder, avant que le développement des moteurs de recherche automatisés ne rende ces initiatives moins indispensables[1].

Le terme « Web 2.0 » recouvre cette idée d'un Internet entièrement réorganisé autour de principes contributifs, de nouveaux codes de description de page comme Ajax permettant l'exécution d'application à l'intérieur du navigateur, des technologies comme RSS (Real Simple Syndication) transformant les sites en émetteur d'information : la distribution des contenus passerait ainsi directement par des principes de partages, par le biais des *blogs* ou de plate-formes de publication collective.

Le moteur de recherche d'information Wikio[2], ouvert en juin 2006, intègre par exemple cette dimension contributive, en se rapprochant du mode fonctionnement des *blogs*, avec pour slogan « le média c'est vous ». Ce principe de « méta-blog » s'inspire à la fois de la formule de méta-moteur qui a fait le succès de Google et des principes contributifs de Wikipédia.

---

[1] Ce principe s'est surtout maintenu pour l'indexation de pages relatives à un espace géographique donné.

[2] Site promu par Pierre Chappaz, fondateur du site de vente Kelkoo revendu ensuite à Yahoo. « Wikio, un moteur qui cherche la polémique », Libération du 22 juin 2006. Voir également la chronique tenue par Pierre Chappaz sur Libération en avril 2006 et son blog : http://kelblog.typepad.com/ .

Un portail, au même titre que les informations issues de l'espace social, de la presse ou des autres médias, ne fait que qualifier un contenu ou un programme audiovisuel de l'extérieur. L'intérêt du principe des *blogs* est de qualifier la qualification elle-même en permettant à chaque usager d'y inscrire ses commentaires.

Dans le cas de la télévision, le législateur, les instances réglementaires et les chaînes ont donc, très tôt, envisagé des dispositifs d'affichage à l'écran qui complètent ces informations et celles diffusées par le para-texte.

En effet, il est possible d'accéder à un programme « par hasard », même si ce n'est pas forcément l'usage le plus répandu : l'horaire, éventuellement croisé avec le numéro de la chaîne, est en lui-même un bon indicateur du type de programme que l'on est susceptible de trouver à la télévision.

L'institution de réception n'est pas régie non plus par des jeux réglés d'entrée et de sortie comme au théâtre, au cinéma ou en littérature : on peut entamer la réception d'un programme en évitant, grâce au zapping, son générique, son *incipit* et même la publicité qui le finance. L'affichage en incrustation du nom de la chaîne ou du programme, qui se développe en France avec la Cinq de Berlusconi, préfigure ainsi l'inscription d'autres mentions statutaires sur les images du logo du détenteur initial des droits, à leur échelle d'acceptabilité morale.

Ces mentions n'ont pas toujours été bien acceptées : Godard[1] rappelait ainsi, dans une lettre ouverte l'absurdité qu'il y a à inscrire le logo d'Antenne 2 sur des images de camps de concentration nazis. D'autre part les chaînes n'ont pas toujours respecté les prescriptions légales en matière d'emplacement et de dimension de leurs logos. Il y a, en outre, concurrence entre plusieurs énonciateurs, la chaîne signant, en quelque sorte, la ré-énonciation des films qu'elle diffuse.

Dans ce conflit entre l'auteur et le diffuseur, Godard proposait ironiquement, comme une voie de réconciliation, de remplacer au moment de la diffusion de À Bout de Souffle l'incrustation du logo par des séries d'intertitres formés de jeux graphiques avec le nom de la chaîne : aime six[2].

---

[1] Lettre datée du 27 juin 1988 adressée à la SACD.

[2] Le roi du Maroc, Mohamed 6, est crédité du surnom de M6, dans une sorte de réalisation par les usagers de l'ironie de Godard, au niveau politique.

4. Interventions réglementaires

Télévision et Internet, fictions politiques ?

Destination de la signalétique anti-violence à la télévision

La question de la signalétique anti-violence semble politiquement l'objet d'un large consensus.

Certes, quelques auteurs ont pu protester au nom du respect de l'intégrité de l'œuvre ou d'effets indirects de la diffusion sur la production et donc sur la liberté de création[1]. Le contrôle d'une œuvre ne devrait relever que de son auteur.

Cependant, notre espace politique demeure largement construit autour de la notion d'instances de contrôle tierces. Ainsi, quoi de plus souhaitable qu'une instance permettant d'éviter les dérives mercantiles, politiques ou perverses des médias ? D'autant qu'il s'agit de protéger les enfants, dépourvus de responsabilité tant juridique que morale, et de responsabiliser les familles, dont ont attend un exercice continu de cette responsabilité.

Mais n'est-ce pas déjà une proposition paradoxale ? Avec Habermas[2], ne peut-on précisément voir dans le renforcement du contrôle des institutions sur la cellule familiale le déni de son autonomie et donc de sa responsabilité ? L'évolution du droit peut sembler marquer une tentative de faire rentrer des évolutions sociétales, peut-être dues aux médias, dans un cadre politique devenu caduc du fait de cette évolution : face à l'éclatement des structures

---

[1] Voir par exemple les réactions du cinéaste Jean-Jacques Beineix contre les différentes formes de censure à la télévision et dans l'audiovisuel. Lors du Fipa, à Biarritz le 24 janvier 2003, il s'est ainsi opposé publiquement à Blandine Kriegel, qualifiant son rapport sur la violence à la télévision de « tendancieux », « un retour en arrière dans le pays de l'exception culturelle » ; « il n'est pas du tout enterré. La mentalité et les idées sont là. […] c'est un retour à l'ordre moral » ; « il n'est pas neutre de vouloir faire du cinéma le bouc émissaire d'un amalgame violence-pornographie, sachant que le cinéma pour l'instant échappe au formatage ». Table ronde réunie à l'initiative de la SACD regroupant Jean-Jacques Beineix, Monique Dagnaud, Thomas Anargyros, Maurice Frydland, Stéphane Clerget. Propos recueillis dans le cadre de l'équipe d'étude sur les festivals audiovisuels de l'Ircav, compte rendu vidéo intitulé Les Télédiseurs et les Télédiseuses.

Ce Cinéaste avait déjà dénoncé la pression en terme de censure à la télévision, comme un principe d'appauvrissement global des œuvres dont la « télé-réalité » serait le produit : voir les débats du Collège iconique, INA, Autour de Loft Story, 20 décembre 2001 ; transcription :
http://www.ina.fr/inatheque/activites/college/pdf/2001/college_20_12_2001.pdf .
Voir également son enquête filmée Loft Paradoxe, diffusée le 28 mai 2002 sur Arte.

[2] *L'Espace public,* Payot, Paris 1978

d'enfermement, les agents des champs, dont les bénéfices proviennent de ces institutions, tentent de les renforcer, répondraient Foucault[1] et Bourdieu[2].

En l'occurrence le trait initial de ces structures, la construction et la séparation des classes d'âges, serait adéquat dans le cas des processus d'apprentissage de l'écrit, mais inadéquat dans celui de l'audiovisuel : un enfant peut précisément accéder à n'importe quel programme, d'où l'utilisation de biais pour exercer ce contrôle malgré le support.

« L'idéologie est la mise en place de religions supplétives » notait Braudel[3]. Cette attention aux enfants ne cacherait-t-elle pas un déficit de crédibilité structurale de la télévision ? Ainsi, ces mesures de précaution ne feraient que naturaliser le postulat de ses effets.

Or, un autre effet de la télévision serait de fournir des explications globales, susceptibles de donner un sens commun à des faits divers indépendants. Mais cette cohérence textuelle n'infime-t-elle pas justement toute lecture en terme d'effet politique ? Les liens thématiques manifestes entre émissions d'information et de fiction des chaînes peuvent être vus comme un ancrage de la fiction dans le réel, justifiant là encore les précautions signalétiques. Pourtant, la proposition peut être inversée : ne seraient-ce pas les contraintes internes au champ de la production (par exemple quelles histoires sait-on raconter) qui déterminent également fiction et actualité ? Dès lors, le JT est-il autre chose qu'une publicité[4] pour les fictions de la chaîne ? Une forme productive des *rumeurs urbaines* où le rapport à la violence est toujours fantasmatique.

---

[1] *Surveiller et punir,* Gallimard, Paris 1975

[2] *La Reproduction,* Minuit, Paris 1970

[3] *Fernand Braudel, l'historien du grand large, 1902-1985* Enregistrement vidéo, 55', Jacques Revel ; réalisation Vincent Soulié, Arts et éducation, Paris 2000 ; voir également *Grammaire des Civilisations* Arthaud-Flammarion, Paris1987

[4] Voir également sur ces aspects l'analyse de Gérard Leblanc, « Du modèle judiciaire aux procès médiatiques » dans *La Justice saisie par la télévision* Les Dossiers de l'audiovisuel n°107 janvier février 2003 : *L'information nous est présentée dans un rapport constant avec l'infraction. Infraction contre la nature, de la société et de la nature humaine, pour appréhender de façon sommaire les désordres d'une société qui a de plus en plus de mal à maîtriser son développement.* Extrait repris par Guy Pineaud dans l'introduction.

De la rumeur à la loi ?

La signalétique se présente comme une réponse à un problème précis, l'exposition des mineurs à des images violentes et / ou pornographique.

> *La nécessité de protéger les enfants et les adolescents de la vision de programmes télévisés susceptibles de nuire à leur épanouissement a fait l'objet de dispositions particulières en France dès les années 70*[1]*. C'est l'une des missions essentielles que l'article 15 de la loi relative à la liberté de la communication a confiées au CSA.*[2]

Le CSA a proposé plusieurs séries de directives pour répondre à ce problème, aboutissant au principe d'une signalétique en fonction de l'acceptabilité des émissions par tranche d'âge :

> *Le 5 mai 1989, le Conseil a élaboré une directive selon laquelle les chaînes doivent veiller à ne pas diffuser d'émissions pour la jeunesse comportant des scènes de nature à heurter la sensibilité du jeune public. Les chaînes doivent également veiller à programmer aux heures de grande écoute des émissions destinées au public familial. Cette directive demande en outre aux diffuseurs de ne pas programmer avant 22h30 de films interdits aux moins de 16 ans (les chaînes peuvent toutefois obtenir une dérogation en raison de l'ancienneté de la date du visa d'exploitation), ni des séquences à caractère érotique ou pouvant inciter à la violence. Ils doivent par ailleurs avertir les téléspectateurs, sous une forme appropriée, de la diffusion d'émissions susceptibles de heurter leur sensibilité, notamment celle des enfants et des adolescents. Parallèlement, le Conseil a demandé à chaque chaîne de mettre en place un comité de visionnage.*
>
> *Constatant que le niveau de représentation des violences à l'écran dans les fictions était particulièrement élevé et que ces représentations faisaient partie des préoccupations premières du public en matière de télévision, le CSA a proposé, le 2 juillet 1996, aux chaînes TF1, France 2, France 3, RFO, Canal+ et M6, la mise en œuvre d'un système commun de classification des œuvres au regard de la protection de l'enfance et de l'adolescence, visible à l'écran : la signalétique jeunesse.*

---

[1] Dès 1961 en fait, voir Bernard Papin, « La Télévision à l'épreuve de la révolution sexuelle » dans *Années 70 : la télévision en jeu* sous la direction de François Jost, CNRS éditions, Paris 2005 pp. 151-156 ; *L'Invention du carré blanc : images convenables, images inconvenantes sur le petit écran des années soixante* L'Harmattan, Visu, Paris 2006.

Le carré blanc a aussi donné lieu à des usages et des détournements à des fins promotionnelles : le programme érotique quotidien de RTL9 s'intitule ainsi joliment « carré rose » : http://www.rtl9.com/carre_rose/ .

[2] Dossier de présentation des missions du CSA, 2003.

> *Le CSA a inscrit, dans les conventions des chaînes privées, des dispositions relatives à la mise en œuvre de la signalétique jeunesse et a obtenu du gouvernement des dispositions identiques dans les cahiers des missions et des charges des chaînes publiques.*
>
> *Le premier dispositif de signalétique jeunesse, qui comportait cinq pictogrammes de formes et de couleurs différentes mais sans indication d'âge, a été modifié en octobre 2002 pour être plus facilement compréhensible*

En tant que telle, la signalétique ne se justifie pas moins par rapport à un état des mœurs, susceptible d'évolution, que par rapport à la science, en l'occurrence la médecine et assez largement la psychanalyse, qui est donc également ainsi reconnue, et l'ingénierie des études de marché et des études cliniques[1].

> *Ainsi, durant l'année 2001, l'institut Médiamétrie avait décompté 350 000 mineurs de 4 à 17 ans ayant vu au moins une minute de téléfilm pornographique et 320 000 ayant suivi au moins une minute du Journal du hard. Les mineurs ayant été en contact avec un téléfilm pornographique en avaient regardé en moyenne 30 %.*[2]

Or, il serait intéressant de citer exactement l'origine et le contexte de ces études, s'il s'agit d'un panel téléphonique ou d'un panel de type audimat, on peut s'étonner de la discipline de mineurs indiquant spontanément qu'ils sont en train de regarder un programme pornographique. À moins que ce ne soient que des biais inhérents au protocole d'étude qui, ici, auraient étaient pris comme des faits ?

Les autres éléments cités par le CSA proviennent du débat public initié par le gouvernement, et de la rumeur publique : *de nombreux articles et plusieurs émissions de télévision ont été réalisés sur le sujet... Certains journaux ont relayé une enquête effectuée dans une classe de CM2...*

Il peut sembler assez étonnant de justifier une action législative par la « rumeur publique » en tant qu'elle est relayée par les médias. Sans chercher à mettre en cause la vraisemblance de la proposition initiale (l'exposition des mineurs à des programmes pornographiques), on peut tout de même noter qu'elle emprunte la forme narrative de toute rumeur : un élément de la vie moderne (la télévision) s'avère un vecteur dangereux pour l'unité de la famille traditionnelle

---

[1] Protection de l'enfance et de l'adolescence à la télévision, brochure du CSA.

[2] La Lettre du CSA, n°167, novembre 2003.

(construite sur un nombre assez précis d'interdits[1]), combattre cet effet impliquant un redressement des mœurs.

La question de l'exposition des mineurs aux films pornographiques peut ainsi alimenter des argumentaires assez paradoxaux : le CSA a pu considérer qu'il était important de ne présenter que des rapports sexuels protégés dans ces films, au vu de l'influence prophylactique qu'ils pouvaient avoir sur le jeune public. Le Conseil a adressé un courrier en ce sens aux chaînes autorisées à diffuser des programmes de catégorie V dont relèvent les films pornographiques[2].

> *Ces chaînes se sont engagées dans leur convention avec le CSA à ne pas diffuser de programmes incitant à des comportements préjudiciables à la santé publique et à ne pas inciter à des pratiques ou des comportements délinquants ou inciviques. Or, a souligné le CSA, la diffusion de programmes à caractère pornographique dans lesquels des relations sexuelles entre partenaires occasionnels ne sont pas protégées comporte un risque d'incitation à des comportements préjudiciables à la santé publique ou à des comportements délinquants, tendant à la mise en danger de la vie d'autrui.*

Cette lettre faisait suite à une rencontre avec les responsables d'Act-Up le 16 janvier, à la suite d'un courrier de l'association :

> *Ce phénomène a aussi des conséquences en termes de banalisation du sida et des impératifs de prévention. Les statistiques prouvent que les programmes pornographiques sont regardés au moins une fois dans l'année par une majorité de Français, toutes catégories confondues ; en particulier, 80 % des garçons entre 14 et 18 ans et 45 % des filles du même âge déclarent avoir vu au moins une fois un film X durant l'année passée, ce qui prouve que la pornographie joue un rôle conséquent dans la construction de la sexualité des adolescents. [...] Ces films conditionnent véritablement les fantasmes sexuels de l'imaginaire collectif.*

Pourtant, l'exposition des mineurs demeure difficile à quantifier : bien que le CSA ait obtenu l'introduction de questions sur la consommation pornographique des adolescents dans l'enquête ESPAD 2003, afin de disposer de « données scientifiques »[3], les arguments

---

[1] Enfance et sexualité, enfance et violence étant précisément antonymes. Les publications qui ont admis la sexualité et la violence de l'enfant à partir des années 70 visent bien à faire rentrer des phénomènes manifestes dans un cadre sémantique préétabli qu'ils contredisaient.

[2] Assemblée plénière du 17 janvier 2006 : http://www.csa.fr/actualite/decisions/decisions_detail.php?id=114321 .

[3] Enquête européenne quadriennale portant sur les consommations de « substances 'psychoactives' » auprès de la population d'âge scolaire, voir *La Lettre du CSA*, n°178, novembre 2004.

observables dans ses publications et ses attendus demeurent essentiellement conjecturaux[1]. Après avoir pris en compte l'ensemble des biais des enquêtes citées, il resterait encore à préciser le lien entre exposition et impact.

Pourquoi donc autant d'auteurs et d'institutions cherchent-ils et continuent-ils à prêter un tel impact à la télévision, en particulier sur les questions de sexe et de violence, sans jamais parvenir à démontrer un effet probant malgré une mise en œuvre de moyens considérables ?

On retrouve déjà cette question dans les débuts de la télévision française : Bernard Papin note ainsi l'influence des organes chrétiens dans la mise en place du « carré blanc » en 1961[2].

Marianne bâillonnée, dessin de Jean Effel, mai 1968

La censure au nom des mœurs et de la protection de l'enfance ne serait-elle que la métaphore ou le modèle des censures politiques ?

La lettre d'Act-up montre qu'une intervention à ces titres ne relève pas forcément d'un objectif de censure : la croyance dans les effets de la télévision est peut-être tellement partagée qu'elle permet facilement d'invoquer des consensus pour les groupes qui veulent prouver ou augmenter leur influence ou leur visibilité, quelle que soit par ailleurs la légitimité de leurs intentions civiques.

[1] Les rapports publics sont également un enjeu important en terme de subvention aux associations, en particulier dans le domaine social et médical, dans la mesure où ils contribuent à déterminer la répartition budgétaire vers les actions non gouvernementales des politiques publiques.

[2] Ouvrage cité.

Quelle violence ?

Raymond Boudon remarquait dans un rapport destiné, parmi d'autres, à faire le tour de la question de la violence à la télévision[1] le « déluge de recherches » sur cette question : en 1994, aux États-Unis, on compterait environ 3000 études sur le sujet de la relation entre violence et médias, 3500 en 1998, soit 1/6 du stock des recherches sur la télévision aux États-Unis. Une très forte proportion de ces recherches porte sur les effets de la violence télévisuelle sur les enfants et les adolescents.

Toujours présentées comme essentielles pour l'opinion, ces études ne renverraient, au plus, qu'à des effets très modestes. Il propose donc de reprendre les principales sources et études citées dans ces rapports pour en préciser les limites.

Des effets modestes

Ces études reposent sur une analyse de corrélation : savoir si les sujets ont plus de chance de manifester des comportements de violence lorsqu'ils ont été davantage exposés à des émissions violentes à la télévision.

Or, il est très difficile d'établir un diagnostic causal, même si on montre une corrélation entre le niveau de consommation d'images violentes par un sujet et la probabilité qu'il manifeste des comportements violents :

- Est-ce que le fait de vivre dans un environnement où la violence est courante entraîne que l'on aime les images de violence ?
- Est-ce que les individus manifestent des comportements violents parce qu'ils ont regardé des images violentes ?
- Est-ce qu'ils regardent des images violentes parce qu'ils ont des prédispositions ou une attirance pour la violence ?

Pour tenter de dépasser cette ambiguïté, Huesmann[2] a observé un échantillon de 856 élèves à plusieurs reprises, alimentant une série d'études très souvent citées pour accréditer les effets de la télévision. Il les a observés une première fois à l'âge de 8 ans et une deuxième et une troisième fois, à 18 et à 30 ans.

---

[1] « Les effets de la violence à la télévision : ce que la sociologie peut apporter à la réflexion » dans *Jeunes, éducation et violence à la télévision* sous la direction de Jean Cluzel, actes du colloque du 29 avril 2003, Académie des Sciences Morales et Politiques.

[2] L. Rowell Huesmann *Screen violence and real violence : understanding the link* University of Michigan, Ann Arbor 1997.

L'étude a notamment révélé une corrélation statistiquement significative entre :

- La consommation de programmes violents à 8 ans.
- Le fait que le sujet reconnaisse à 18 ans avoir des comportements agressifs.
- La probabilité de connaître à 30 ans des ennuis judiciaires.

Cette corrélation serait plausible mais très modeste. L'importance donnée à cette démonstration est donc à relativiser.

Une autre théorie, à laquelle il est régulièrement fait référence pour dénoncer l'emprise de la violence télévisuelle, est celle des «scripts de conduite » : en cas de conflit le sujet, qui aura été abreuvé d'images où les conflits sont résolus de manière violente, aura tendance à résoudre par la violence les situations de conflit. De ce point de vue, les programmes violents ne causent pas la violence directement, mais indirectement, en proposant au sujet des modèles ou des guides de comportement. Il s'agit néanmoins d'une simple hypothèse pour rendre compte de la corrélation observée : à défaut d'autres éléments, elle demeure invérifiable.

La théorie « du réveil » est assez proche : les images violentes auraient pour effet de faire apparaître les conflits au premier plan de l'attention et d'orienter le comportement vers une résolution violente.
Suivant les hypothèses « béhavioriste »[1] (théorie de l'apprentissage), la télévision initierait l'enfant à la violence et légitimerait dans son esprit les comportements de violence, un peu comme l'école initie l'élève au calcul et légitime cette activité dans son esprit.

On observe donc un consensus ou une « convergence » particulièrement *suspecte* d'horizons théoriques extrêmement différents, voire totalement opposés méthodologiquement, telles les approches psychosociales, comportementalistes ou cognitivistes.

Il s'agit à chaque fois de mécanismes plausibles mais hypothétiques et non observables. Les seules relatives certitudes, dans un cadre expérimental, demeurant donc difficiles à projeter sur un cadre quotidien, seraient que :

- la consommation d'images violentes peut ponctuellement et sur le court terme favoriser le déclenchement de comportements de violence.

[1] Voir Albert Bandura *Social foundations of thought and action : a social cognitive theory* Prentice-Hall, Englewood Cliffs 1986, Université de Stanford.

- la vision de la violence peut tendre à désinhiber les jeunes enfants par rapport aux comportements de violence.

C'est à dire que, quand on expose un sujet à un stress, il apparaît stressé. Ce qui est remarquable, ce sont donc plutôt les multiples modalités et ressources sociales et individuelles qui permettent de gérer ce stress et d'en limiter les effets et la reconduction.

Marcel Frydman est également souvent cité pour une étude expérimentale [1] portant sur un groupe d'enfants de 9 à 14 ans auxquels ont été projetés des films violents, à raison d'une séance par semaine pendant deux mois ; le groupe exposé a eu tendance à manifester des conduites agressives avec une plus grande fréquence qu'un groupe de contrôle.

Il demeurerait que :

- L'incidence de la violence télévisuelle sur les comportements de violence dans l'enfance et surtout dans l'adolescence est sans doute très modeste d'un point de vue statistique.
- Les mécanismes explicatifs de ces faibles corrélations sont surtout hypothétiques.
- D'autres mécanismes ont des effets beaucoup plus puissants.

Raymond Boudon remarque ainsi que toutes sortes de mécanismes parfaitement identifiés et démontrés, qui n'ont rien à voir avec la violence télévisuelle, suffisent à expliquer l'apparition des comportements de violence :

- La pauvreté et la marginalisation : quand le cadre social favorise des activités illégales, il favorise sans doute la violence.
- Les rituels initiatiques, liés à l'adolescence et destinés à marquer le passage à l'âge adulte, consistent précisément à démontrer que l'on peut dépasser les interdits relatifs à l'enfance, ce qui peut passer par des violences en bande et des comportements à risque : ce point est même parfois avancé comme une explication de la surmortalité statistique des jeunes hommes.
- La perception de la violence est très relative, et plus facilement perçue envers soi qu'envers les autres : des différences de codes culturels peuvent être interprétées comme de la violence.
- La perception du caractère violent d'une image est donc certainement encore plus relative.

[1] Marcel Frydman : *Télévision et violence*, EMPS, Charleroi 1993.

La place de la télévision

Pourquoi donc 3500 études sur la question ?

Probablement d'abord, parce que l'on tend à surestimer les effets de la télévision en raison de la place dominante qu'elle occupe dans les sociétés modernes.

Or, l'un des principaux acquis de la sociologie des médias est d'avoir montré que les messages télévisuels n'exercent, en aucune façon, une influence mécanique sur les esprits.

Du point de vue des entreprises de télévision, cette croyance a néanmoins un certain nombre d'intérêts, sur lesquels nous reviendrons : la télévision ne dispose, pour l'essentiel, de financement que dans la mesure où on la crédite d'une influence, elle n'a aucun intérêt à chercher à démontrer le contraire. Mettre en avant sa dangerosité et son influence permet même de limiter l'accès de nouveaux entrants au marché, en justifiant les contraintes réglementaires.

Impliquer la responsabilité de la télévision est, d'autre part, un mécanisme de défense de la part des sujets poursuivis pour violence : Boudon rappelle que, quand un auteur de violence déclare qu'il n'a pas l'impression d'avoir commis un acte répréhensible, qu'on ne lui a pas appris à se contrôler, que la télévision, Internet et les jeux vidéos lui ont montré que la violence est normale, il met plutôt en œuvre un système de défense qu'il ne traduit ses sentiments avec sincérité. Si ensuite l'appareil judiciaire, les médias ou les commentateurs reprennent cette interprétation à leur compte, ils témoignent surtout de la force de l'idée reçue selon laquelle les comportements devraient être vus comme les effets de conditionnements sociaux. Cette explication renvoie donc à une conception mécanique du comportement qui serait très partagée.

Enfin, n'oublions pas le principe pragmatique suivant lequel il s'agit d'un marché et d'une tribune : c'est aussi le moyen pour de nombreux sociologues et psychologues de disposer de financement. Cela n'est pas forcément illégitime, les scientifiques sont souvent amenés à proposer des discours de vulgarisation, qui correspondent à des récits mythiques ou à des idées reçues, pour pouvoir mener leurs travaux : il y a des récits plus ou moins porteurs.

En tant que tribune, la question de la violence permet en outre d'exposer des positions politiques qui seraient inacceptables par ailleurs, telles qu'une violence atavique des « dominés » qui justifie les cadres répressifs et les positions sociales dominantes. Elle permet

également d'exposer des positions religieuses, visant à naturaliser des catégories mentales dont l'enfance et l'innocence font partie.

Influence ou catharsis

Le pendant d'un effet négatif de la violence sous forme d'effet positif renvoie à la notion de catharsis : la représentation de la violence produirait un effet cathartique. Elle assouvirait le besoin de violence et empêcherait, par la suite, que ce besoin ne se manifeste par des comportements violents : il demeure que la théorie de la catharsis, si elle est très partagée et fort productive d'un point de vue théorique et clinique, est difficile à démontrer en tant que telle.

Elle implique de distinguer la violence racontée, celle du théâtre grec par exemple, de ce qui serait la violence montrée, donc d'opérer une distinction entre une violence 'porteuse de sens' et celle qui ne fait qu'exprimer la cruauté : déterminer cette expression implique cependant une interprétation. Orange Mécanique ou Tueurs Nés relèvent de quel type de violence ? On pourra trouver dans l'espace public des prises de position qui iront dans chaque sens.

Ces distinctions demeurent peu évidentes : on ressent comme inutiles ou gratuits les programmes dont on n'est pas la cible ; la notion de violence est interprétative, elle n'est pas dans l'image elle-même. Par contre, cela ne signifie pas que la perception de la violence soit uniquement individuelle : c'est bien le partage d'un ensemble de référents interprétatifs qui permet à un groupe de ressentir cette violence, et, par là-même, de ressentir et d'éprouver sa propre unité et de s'investir dans des actions de lobbying, par exemple, en faveur de l'interdiction de ces images. Comme nous l'avons souligné à propos des portails Internet, c'est avant tout la réception de contenus, dont on n'est pas la cible, qui entraîne la manifestation d'un collectif dans l'espace public.

Daniel Dayan[1] montre également que la perception et les implications de cette violence passent par des effets assez complexes d'emboîtement des regards et de l'énonciation, dans la construction du programme et dans la réception. Avec qui voit-on le programme, dans quel contexte, et comment la violence est-elle inscrite dans le film ou dans l'émission, par quels jeux de circulation de regard passe-t-elle au sein de celui-ci, entre les personnages en particulier dans le cas des fictions ?

[1] Par exemple lors de l'intervention au collège iconique de l'INA *Les médias visuels et leurs publics* le 5 février 2002. Actes : http://www.ina.fr/inatheque/activites/college/pdf/2002/college_05_02_2002.pdf.

Serge Tisseron[1] a ainsi avancé l'idée que les images exercent principalement une violence en réveillant des traumas, donc que la perception de la violence dépendrait essentiellement des individus : on sera plus sensible à la violence d'un accident d'avion ou de voiture si l'on en a subi un, ou si on a perdu un proche dans de telles circonstances[2]. La perception de la violence correspondrait au basculement d'une lecture *fictionnalisante* vers une lecture *privée*, suivant la catégorisation proposée par Roger Odin[3].

Effets mécaniques ou effets énonciatifs

D'autres aspects propres au montage et à la musique provoquent quasi mécaniquement des tensions nerveuses, suivant sans doute, en cela, des mécanismes cognitifs, ce qui correspond là aussi à un effet particulier de spectacularisation[4], assister à un programme en fonction de ses effets physiologiques.

Les images se donnant comme vraies limiteraient d'autre part le processus d'appropriation psychique : en s'inscrivant suivant la modalité du témoignage, l'énonciation (journalistique par exemple) pourrait entraîner une suspension des processus méta-discursifs d'appréhension, d'autant plus suspendue que l'image réveillerait un trauma ou renvoierait à une implication personnelle tout en ayant un effet d'ordre spectaculaire.

Le principal effet de cette violence apparu dans le protocole expérimental de Tisseron serait d'abord de renforcer les aspects grégaires des groupes de réception. La principale réponse au stress serait le renforcement de la conformation à la norme immédiate, en adoptant les repères du groupe d'appartenance le plus accessible, tout en glissant plus facilement vers des réactions agressives.

Ce point influence sans doute aussi l'évolution de la réglementation, rendant par exemple plus violents les rapporteurs ou les membres d'associations familiales touchés par ces images.

---

[1] Serge Tisseron *Enfants Sous Influence (Les Écrans rendent-ils les jeunes violents?)* Armand Colin, Paris, 2000. L'analyse s'appuie sur une étude de groupes d'adolescents auxquels ont été projetées des images violentes, sauf pour un groupe témoin. Les enfants étaient pris en charge ensuite par des psychologues, sous forme d'entretiens individuels et sous forme d'animation de groupe.

[2] Ces effets peuvent jouer à la télévision dans la figuration de l'empathie, comme nous l'avons vu *infra* : Ça Se Discute : énonciation de l'empathie page 114.

[3] *Voir un film en faisant retour sur son vécu et / ou sur celui du groupe auquel on appartient*. Définition proposée dans « La question du public. Approche sémio-pragmatique » *Cinéma et réception* Réseau vol. 18 n°99 / 2000 p. 59.

[4] En renvoyant la définition donnée par Roger Odin du *mode de lecture énergétique* : *voir un film pour vibrer au rythme des images et des sons, ibidem*.

Pour éviter de réveiller des traumas, il convient donc de gérer le stress que les images pourraient induire, en particulier par la parole et par le jeu, dans des cadres de confiance entre enfants et adultes ; que les adultes ne manifestent pas d'émotion face à la violence renforcerait au contraire son incidence. Or, être adulte, comme l'impliquent les rituels de passage, c'est justement être capable de supporter la violence, de parvenir à gérer conjointement la *réalité du monde*, la *réalité des images* et la *réalité des représentations personnelles*.

Le rapport à la violence serait donc nécessaire à la définition du passage à l'âge adulte, au sens où il définit l'âge adulte corrélativement à celui de l'enfance, entendu comme le moment de la croissance et de l'apprentissage où on est protégé, tenu hors de la violence et de la sexualité : se montrer face à ses pairs comme un consommateur d'images violentes peut permettre de faire reconnaître la fin de cette protection pour apparaître adulte.

Mais même si le rapport à la violence télévisuelle est essentiellement d'ordre discursif, consommer la télévision dans une perspective en rapport avec la violence, pour la décrier, pour en parler ou pour en profiter fait donc partie de ses usages. *Ces* usages ont alors pour particularité de toujours renvoyer à cette notion « d'effet ».

Effets et transparence

La croyance en un « effet » de la télévision est peut-être d'autant plus prégnante que la « transparence » du discours est un axiome sur lequel se fonde la démocratie. Or, ainsi qu'à pu l'analyser Quéré [1] en reprenant les arguments d'Habermas, la réduction de l'incompréhension réciproque entre les individus ne passe pas forcément par une communication instrumentale et fonctionnelle (sans altération des messages), elle passe au contraire par des jeux complexes de médiation symbolique.

La représentation du pouvoir s'est modifiée, les « pompes » qui donnaient à voir le jeu social disparaissent peut-être au profit de l'avènement d'une scène intimiste, où les sujets sociaux peuvent passer outre les règles de la socialité pour révéler de façon mutuelle et directe leur subjectivité sur le petit écran[2].

---

[1] Louis Quéré *Des miroirs équivoques* Aubier, Paris 1982. Nous suivons en particulier l'argumentation de « La Genèse de la sphère moderne ».

[2] Voir notamment les travaux de Dominique Mehl : *La Bonne Parole*, La Martinière, Paris 2003 ; *La Télévision de l'intimité*, Seuil, Paris 1996.

La télévision n'a donc, en cela, guère permis aux citoyens de prendre part à un processus général de formation de la volonté par la discussion rationnelle, comme espace de discussion des orientations des pouvoirs politiques. Si l'on soutient que le développement de l'écrit a permis l'émancipation des individus vis à vis des souverains (avènement d'États constitutionnels distincts de leur personne), et vis à vis de la fonction normative de l'État et de l'Église[1], le développement de la famille restreinte a renforcé son importance relationnelle. La conscience de l'autonomie des sujets a également pour corollaire une individualisation des comportements culturels.

Là où l'écrit avait entraîné une autonomisation des champs d'expertise (critique, journaliste, pédagogue, porte-parole), dans une société civile postulant l'égalité d'accès à la raison entre être humains, les médias auraient-ils détourné cette fonction de communication au profit de l'intégration des individus au maillage institutionnel de la société (État et marché) ? Ainsi la publicité organiserait le loyalisme des consommateurs vis à vis du marché, et l'information vis à vis de l'État. L'égalité télévisuelle serait-elle seulement le postulat d'une égalité d'accès aux sentiments ?

Dans les termes de Baudrillard[2], cette « crise de l'espace public » pourrait correspondre au passage d'une ère de représentation à un régime de simulation. Car si la représentation pose une distinction et une équivalence entre le réel et l'ordre des signes, l'ordre des signes reproduisant la rationalité du réel en le nommant et en le reproduisant symboliquement (rapport signifié / signifiant / référent), dans la simulation, le modèle précède le réel et l'engendre. Ainsi, plus de référent, mais une représentation autonome, uniquement relative aux autres signes qui se renvoient les uns aux autres. Purement conventionnel, et opérationnel, ce régime ne présuppose plus une rationalité immanente du monde traduite en règne de pensée, mais plutôt un système réflexe.

Le contrôle social par la norme, référant à la raison, serait remplacé par une anticipation programmatrice : il n'y aurait plus tant de régulation des écarts, par rapport à la norme, qu'une modulation des différences, par rapport aux modèles. Chacune de ces différences est

---

[1] Au sens d'une autonomisation de la production culturelle vis à vis des Cours et des Églises, avec l'émergence de marchés d'amateurs, fonctionnement étendu ensuite au politique : dans la sphère littéraire du XVIIème siècle, l'évaluation des écrits n'est plus le fait d'une instance transcendante mais de la discussion entre individus.

[2] *L'Échange symbolique et la mort,* Gallimard, Paris 1976.

réputée signifiante, exhibée comme fragment de réel pour authentifier cette simulation. Tout parle, tout a un sens, comme en témoignent statistiques, sondages, science…

À ce titre, les médias fabriquent un semblant de réel avec le récit des évènements et la citation de faits, de données, l'inscription de témoignages : peut-être localisent-ils plutôt le croire dans le voir, le su dans le vu, suivant une forme d'axiologie plutôt que d'idéologie.

À partir de ce simulacre se confectionneraient les modèles imprimés dans les représentations et les conduites sociales.

Cette définition semble également assez proche de la formation de l'opinion publique décrite par Habermas[1].

Âges et usages

Si l'on retient que la technologie est un opérateur de changement social, il ne s'agit pas de la technologie comme force physique, mais d'un texte en soi, lisible dans ses usages. Si les médias structurent l'expérience, il s'agit de la dimension esthétique de la technologie télévisuelle.

Joshua Meyrowitz[2] a ainsi opéré une reprise critique de Mc Luhan[3] (l'influence des moyens du media sur la structure sociale) avec une hypothèse supplémentaire : la transformation des médias induirait avant tout une transformation de l'interaction.

Effectivement, il n'y a guère d'exemple d'imposition directe d'un message par la télévision : son contrôle n'a pas empêché les changements politiques ni les évolutions des mœurs. Plus qu'un effet sur le message, il s'agirait d'un effet relationnel, qui peut être exprimé dans les termes « qui sait quoi sur qui comparativement à qui », donc quels savoirs sont partagés ou non.

L'important n'est donc pas tant ce qu'on sait, mais qui d'autre le sait, avec qui on partage ou pas un savoir. La distinction entre les statuts sociaux se fonde sur le cloisonnement des individus dans différents univers informationnels : le passage d'un statut à un autre implique l'apprentissage des « secrets » du nouveau statut qui peut être souligné par un rite initiatique :

---

[1] *Raison et Légitimité* page 100-101.

[2] *No sense of place. The impact of electronic media on social behaviour* « Children and Television : Growing up in a Media World » Oxford University Press, New York 1985 ; « La télévision et l'intégration des enfants » dans *Sociologie de la Communication*, Réseaux, Cnet, Paris 1997.

[3] *Pour Comprendre les médias*, Seuil, Paris 1968 ; *La Galaxie Gutenberg. Face à l'ère électronique, les civilisations de l'âge oral à l'imprimerie* Seuil, Paris 1972.

nous avons vu comment une émission comme Tout le Monde en Parle de Thierry Ardisson pouvait jouer un tel rôle, ou du moins figurer ce type de posture.

Or, l'« innocence enfantine » est justement fondée sur la préservation de secrets vis à vis des enfants : sexualité, intimité, doutes… comment « tenir les enfants ». L'omniscience des parents est, quant à elle, soutenue par toutes les aides expertes auxquelles ils ont droit[1].

La distribution hiérarchique des savoirs justifie les différences sociales, la distribution des savoirs fonde des communautés.

Si toute nouvelle technologie modifie les limites du privé (qui les utilise pour quel usage[2]) elle renforce aussi le pouvoir de ceux qui en contrôlent la circulation.

En l'occurrence, chaque média a des caractéristiques particulières qui déterminent des types d'interactions spécifiques et en interdit d'autres, en même temps qu'un nouveau média modifie l'usage fait des autres : le téléphone change l'usage du courrier.

Si une communauté est définie par son niveau de relation et de partage de l'information, l'important n'est donc pas tant la transmission d'information que la rétention. La socialisation correspond à des paliers, des étapes d'apprentissage – de partage d'informations. Ces paliers peuvent être plus ou moins flous, continus ou en escalier. Dans le cas des médias électroniques, ils seraient plus fluides. En effet, la hiérarchisation qui caractérise le système scolaire, c'est à dire la mise en place de catégories discrètes d'apprentissage, soumises à une évaluation pyramidale, ne serait permise que par l'écrit et la logique déductive qui s'y associe, par opposition à une appropriation inductive plus difficile à évaluer dans un cadre normatif de masse. Il est donc assez frappant de retrouver ces paliers inscrits dans une signalétique télévisuelle.

---

[1] Eventuellement par la télévision en cas d'échec d'autorité (du à l'abus de celle-ci ?) : voir Super Nanny (M6) 2004, 2005, Fremantle-Media France (anciennement Pearson, groupe Bertelsmann).

[2] Le développement des messageries de rencontre sur le « minitel rose » semble ainsi avoir surpris les propres promoteurs du minitel. Voir sur ces questions Josiane Jouet « Usages et pratiques des nouveaux outils », dans le *Dictionnaire critique de la communication* P.U.F, Paris 1993 ; J.Y. Rincé *Le Minitel* Que Sais-Je, P.U.F, Paris 1990.

Médias et Internet, la fin des secrets. Dessin de Chappatte

International Herald Tribune, juin 2005, repris dans Courrier International, 22 décembre 2005.

Faut-il y voir un symptôme du passage à l'ère électronique annoncée par Mac Luhan ?

Suivant ses hypothèses, un changement de média est marqué par une prévalence des cadres mentaux issus des technologies précédentes, de la même façon que les premières colonnes en acier reprenaient les formes des colonnades en pierre avant que n'émerge un nouveau vocabulaire (l'Art Nouveau), puis que la notion même ne s'efface – ou que les éléments signifiants issus d'une technologie dépassée ne deviennent des éléments de classement social, des indicateurs de statut délibérément non-fonctionnel, de simples marqueurs d'une revendication culturelle – avec une évolution correspondant au laps de temps d'appropriation des signes de la classe dominante par la classe dominée. Des colonnades au fronton d'une villa, de bourgeoise, il y a un siècle, ne feraient, aujourd'hui, que trahir le parvenu. Ou alors elles magnifieraient le post-moderne, soit que celui-ci se moque d'une autre classe, soit qu'il

joue avec les signes de sa propre classe (le *kitch* et le *camp* de Susan Sontag[1]). Le « carré blanc », ou la signalétique jeunesse actuelle, pourraient-ils relever du même usage ?

Phases

Les étapes proposées par Mac Luhan et reprises par Meyrowitz, à travers la description de ce que seraient les différentes phases d'évolution des sociétés, impliquent des raccourcis historiques et anthropologiques considérables, voire des confusions méthodologiques, qu'Umberto Eco, notamment, a immédiatement pointés[2]. A chaque implication entre média et système social, il est certainement possible de trouver un contre argument ou un contre exemple.

Néanmoins, ce système nous semble permettre de formaliser un arrière plan implicite extrêmement prégnant : la notion même de Convergence renvoie à l'idée d'une nouvelle ère de transformation des interactions sociales, du fait de l'évolution technologique. Il s'agit donc de l'appréhender comme un moyen d'analyse de discours, et non pas en tant que perspective historique et anthropologique.

Rappelons ces différentes phases, de façon à préciser, à la fois, l'intérêt de ces corrélations et leurs limites, avant de voir jusqu'à quel point cet arrière plan peut permettre de rendre compte des considérations sous-jacentes des évolutions réglementaires.

À la phase orale succèderait l'âge moderne (l'imprimé comme média dominant), puis le « post-modernisme » télévisuel.

- Oral : « bibliothèque vivante » : l'ensemble des savoirs familiers est partagé au sein de la communauté
    - Hiérarchisation minimum : pouvoir « mystique » : pas d'apprentissage particulier
    - Pas de gradation dans les paliers d'apprentissage, acquisition par « osmose »

Cette idée d'une absence de gradation est très contestable, tant d'un point de vue anthropologique (les phases d'une initiation) que psychologique[3]. Il s'agit surtout, tant pour

---

[1] « Notes On "Camp" », dans *Against Interpretation*, University of California, 1964.

[2] La « parousie » dans la critique d'Umberto Eco (*Cogito interruptus*, 1967). Il pointe en particulier la confusion *canal / code / structure* sur laquelle se fonde l'argumentation de Mac Luhan, en considérant une seule « matérialité » du message.

[3] Voir Jaulin et Piaget par exemple.

Mc Luhan que pour Meyrowitz, de soutenir que les différenciations, liées à la segmentation des classes d'âge dans l'apprentissage, correspondent à des formes de spécialisation propres aux sociétés industrielles déterminées par l'imprimé.

Des expérimentations, comme celles de Philippe Rochat [1], soutiennent néanmoins l'idée que les phases cognitives dans l'évolution des enfants seraient beaucoup plus précoces et continues que le principe de stades, souligné par toute la littérature pédo-psychologique du XXème siècle.

La conscience de l'unité corporelle du petit enfant serait ainsi démontrable expérimentalement dès les premières heures de sa vie, bien avant le stade du miroir.

Nous ne souhaitons pas prendre part à ce débat en tant que tel, mais seulement souligner l'isomorphie entre définition scientifique de ces paliers et détermination de ces phases par rapport au média dominant : ainsi, ces notions psychologiques de « paliers » ne seraient, peut-être, qu'une naturalisation des principes de l'apprentissage déterminés par l'écrit. Du moins, nous retiendrons que la mise en cause de ces thèses se développe au début du XXIème siècle, à un moment où la prédominance de l'écrit est justement matière à controverse.

Dans cette approche des évolutions historiques, le processus de sédentarisation aurait entraîné la construction de distinctions plus fixes, et la séparation des tâches des enfants de celles des adultes, notions distinguées par le palier de la puberté lors de rites initiatiques.

Néanmoins, dans la société pré-industrielle, les enfants participaient aux activités des adultes, travaillaient, jouaient aux mêmes jeux, faisaient la guerre, n'avaient pas d'habillement spécifique ou de mots, ou d'activités dont ils étaient censés être protégés, ou besoin de bénéficier de meilleurs traitements : cette notion apparaît progressivement du XVIème au XXème siècle, il n'y aurait guère de gradation comparable dans l'apprentissage au sein des écoles médiévales.

- Âge moderne : système de ségrégation basé sur l'imprimé
    - Mécanisation de la production : première industrie : le livre, modèle industriel
    - Dissémination des produits (livre ou marchandise)

[1] Philippe Rochat, Emory Infant Lab, Emory University, Altanta (Géorgie) États-Unis, expérimentations rapportées notamment dans « Quand bébé se découvre » Le Monde du 15 février 2006, Catherine Vincent.
Le Monde des bébés (*The Infant World*, Harvard University Press 2001) Odile Jacob Paris 2006.

- Plus grandes unités de connexion, plus petites unités d'interaction (espaces politiques, spirituels ou intellectuels)
- Uniformisation des langues et des comportements
  - constitution des espaces nationaux
  - ségrégation des groupes (nations) – homogénéisation au sein des groupes
- les idées traversent les distances et impliquent des compétences de plus en plus spécialisées : système hiérarchisé, séparé, par paliers
  - séparation maximale des rôles sociaux et sexués
    - séparation maximale entre Hommes et Femmes
    - communication sérieuse (adulte) VS enfantin (non maîtrise du médium)
  - contrôle maximum des adultes sur les phases d'apprentissage de l'enfant
    - le rôle spécifique des enfants est légitimé par l'attribution de valeurs et de comportements propres (innocence, versatilité…)[1]
    - les enfants sont ségrégués dans leurs propres institutions et leur propre culture[2]

Chaque classe d'âge et chaque classe sociale se définissent par leur niveau de connaissances propres : *on confie des choses à un enfant de CM1 que l'on cachera à un enfant de CE2*[3]. Les paliers sociaux sont déterminés par la maîtrise de la communication imprimée.

La complexité de l'expression permet également de construire des espaces d'expertise dont l'appréciation est interdite aux autres. Voir la notion de hiérarchie culturelle chez Bourdieu : une culture savante est définie par le petit nombre de ses récepteurs, sensiblement égal au nombre de producteurs.

---

[1] Le rôle spécifique des femmes également, leur affranchissement entraînant une disqualification définitive : voir le choix des mots pour un mouvement comme « ni putes ni soumises ».

[2] Le même processus ségrégatif est à l'œuvre vis à vis de toute « minorité culturelle », où minorité renvoie bien à un état d'infantilisation : le discours colonial vis à vis des colonisés, et le racisme qui le légitime, en est un bon exemple.

[3] Meyrowitz, traduction citée.

La société serait structurée en différents niveaux suivant la maîtrise de la lecture : livres pour enfants, pour adultes, revues populaires ou savantes.

Or, dans un âge post-moderne et « télévisuel », la forme symbolique télévisuelle ressemble aux choses qu'elle représente, à l'inverse de l'écrit. Il n'y a donc guère d'enchaînement de compétence : il n'y a pas de pré-requis ou de « condition préalable », pour regarder une émission, qui soit comparable aux institutions, aux étapes, aux systèmes d'évaluation que l'apprentissage de la lecture implique. Cette question des pré-requis nécessaires pour *suivre* un programme doit néanmoins être distinguée de la question de la compréhension des intentions initiales du programme, et de l'identification de son contexte d'origine, comme peut en témoigner le changement de statut et de sens de programmes diffusés hors de leur aire d'origine[1]. Personne ne peut lire sans un apprentissage orienté dans ce sens. Une imprégnation familiale involontaire[2] suffit pourtant à maîtriser très vite les codes de la télévision, à l'insu même des parents, voire à l'encontre des institutions éducatives et scolaires. Ce qui ne signifie évidemment pas que l'imprégnation familiale ne faciliterait pas l'assimilation des codes de la lecture : c'est, de toute évidence, un critère central de la reproduction sociale que de savoir anticiper ce qu'attend le maître ; cet apprentissage, sauf très rares exceptions, ne se fait néanmoins pas sans lui.

De même, les émissions pour enfants n'ont pas un caractère spécifiquement infantile qui exclurait forcément les adultes.

La « maximalisation » des interconnexions rend d'autant plus importante la qualification de l'émetteur, toujours susceptible d'être mis en cause, en particulier si celui-ci exerce un contrôle trop étroit sur le message : ce contrôle peut être dénoncé, par rapport à ses aspects formels et ambiants, comme dans les critiques de la hiérarchie des prises de parole à la télévision portées par Pierre Bourdieu ou Pierre Carles[3]. Il a pu être dénoncé également, par rapport à un lien politique direct : l'ORTF a perdu, de ce fait, une grande part de son crédit en 1968, devenant la cible d'un média qui se voulait *a contrario* plus *direct*, l'affiche militante, sur les murs de mai 1968.

---

[1] Voir également notes *infra* sur les préconisations de la commission Thélot en matière de doublage des émissions étrangères.

[2] Ou volontaire par paresse éducative, le soupçon de cette paresse alimentant justement la disqualification de la « culture » télévisuelle, ainsi que celle de l'enfant et celle de son milieu.

[3] Aspects développés dans « L'énonciateur télévisuel en question » mémoire de DEA sous la direction de Roger Odin et Chantal Duchet, Université Paris 3, Ircav, 1998.

Les journalistes de l'ORTF s'étaient eux-mêmes indignés de ce contrôle qui disqualifiait de fait leur travail :

> *La carence scandaleuse dont a fait preuve l'information télévisée à l'occasion des récents évènements porte atteinte à l'honneur professionnel de l'ensemble des gens de télévision.*[1]

Les réformes suivantes de la télévision française oscilleront précisément entre « épuration », suivant le terme employé par Brochand, des journalistes les plus indépendants, et tentative de restauration de sa crédibilité, en dégageant statutairement la télévision de sa tutelle politique[2]. Sur notre période, la référence à la « réalité » dans le discours de promotion des chaînes, en particulier dans le discours de justification de la politique d'achat et de production de programmes, peut également renvoyer à une volonté d'effacement de l'énonciation et de conjuration de l'accusation résiduelle de « manipulation »[3].

---

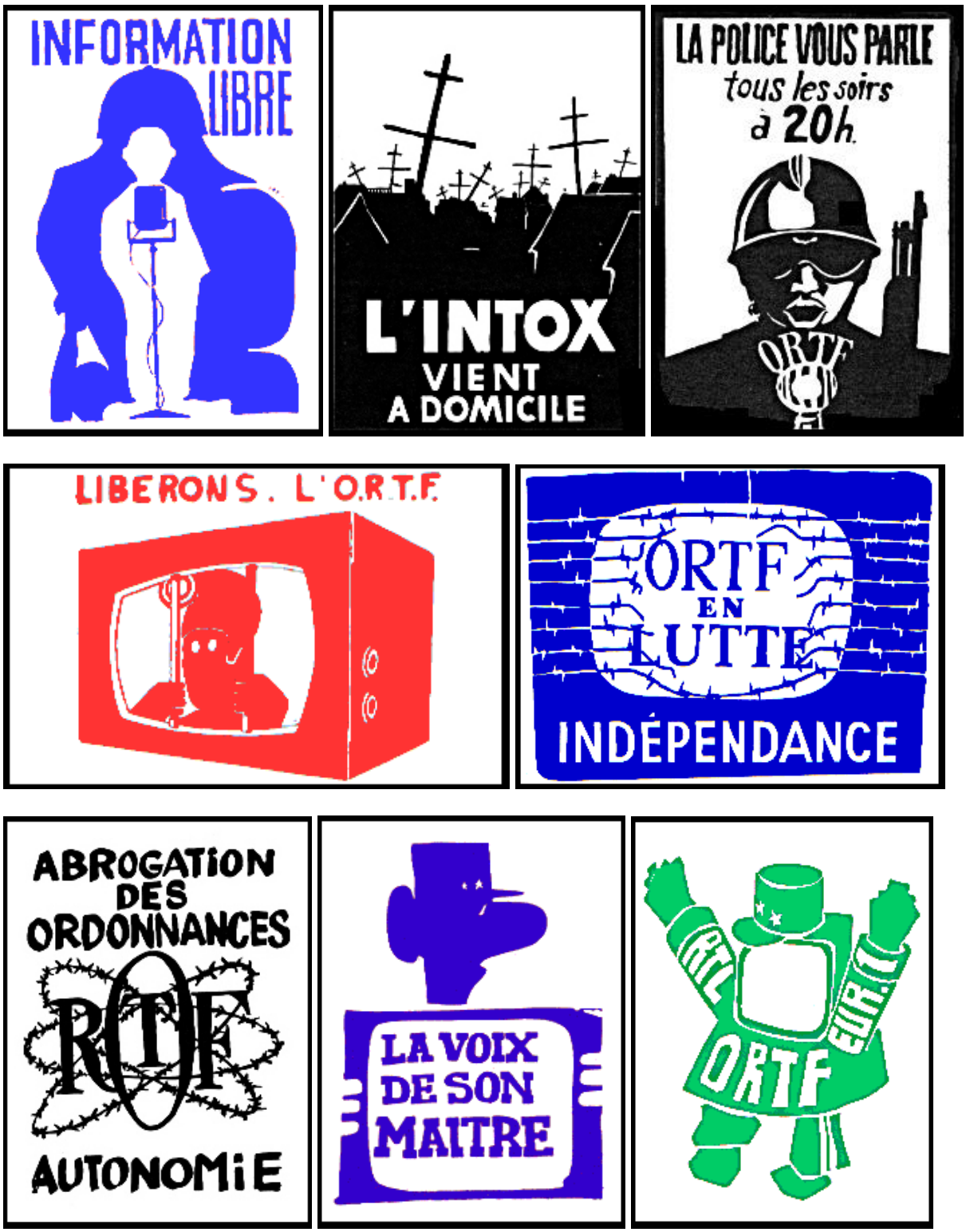
[1] Prise de position du Syndicat français des réalisateurs de télévision et des producteurs de télévision et de la section télévision du Syndicat national et auteurs et compositeurs, dans Le Figaro du 13 mai 1968, citée dans Christian Brochand *Histoire générale de la radio-télévision en France. Tome II 1944-1974* La Documentation française, Paris 1994 « La Crise de mai 68 » p. 135.

Voir également l'ensemble du chapitre pp. 134 à 154.

[2] Voir en particulier sur le maintien de cette tutelle après l'éclatement de l'ORTF le livre *Télévision, dix ans d'Histoires secrètes* de Marie-Eve Chamard et Philippe Kieffer, Flammarion, Paris 1996 et le documentaire conjoint réalisé par Maurice Dugowson, document vidéo en trois parties (environ une heure chacune) Gaumont télévision – France 3, 1996.

[3] Position soutenue en particulier par François Jost, intervention « From pop-art to high art », séminaire télévision art populaire II coordonné par Guillaume Soulez, Université Paris 3, 16 février 2006.

Ortf & crédibilité, mai 1968



Illustrations présentées dans Julien Besançon *Les murs ont la parole, journal mural de mai 68* Tchou, Paris 1968

L'ancienne frontière

Les frontières maintenant les ségrégations se déliteraient : l'information devenant plus perméable, il y aurait moins d'isolement des catégories. On retrouve alors en quelque sorte tous les lieux communs de la modernité : notion d'expression personnelle, de valeur personnelle, de publicisation des affects qui devient le critère de la célébrité plutôt que l'effet ; la réussite sociale peut être assumée comme relevant non de la compétence mais de l'affinité et des réseaux.

Dans ce retour au « village global », les leaders ne peuvent développer de sphère privative (ou ils construisent leur publicité comme une réponse à l'impossibilité de maintenir le caractère privé de leur vie familiale, en anticipant cette attente ou cet horizon), tandis qu'au niveau de l'éducation, le contrôle de l'échelle des savoirs est remis en cause, ou systématiquement réaffirmé comme un objectif primordial, de façon purement rituelle, si on reprend les déclarations annuelles de chaque ministre français de l'éducation.
La notion de 'représentation de la sphère privative des leaders' est évidemment très complexe, renvoyant à la fois à la représentation qu'ils entendent donner, et à la contestation de ce qu'ils seraient ou de ce qu'ils représenteraient. Le numéro d'Arrêt sur Image consacré à Jean-Marie Messier photographié dans Paris-Match, repris ensuite dans un film de Pierre Carles[1], est assez exemplaire de ces jeux sur la connaissance de la connaissance du dispositif, qui ne sont pas sans rappeler le principe des maquillages progressifs des personnalités en disgrâce (bien qu'ici il s'agisse au contraire de montrer sa grâce et sa simplicité), dans les photos officielles du bureau politique soviétique : photographié en train de manger un sandwich tout en montrant une chaussette trouée, Messier a avoué que c'était truqué ; il avait volé le déjeuner d'un technicien sans avoir le temps de se soucier d'autres détails, tellement il avait faim en sortant de son travail.

Les espace privés se dissoudraient en une multitude d'espaces publics : il n'y aurait plus que des espaces privés juxtaposés et interférents.

On observerait une plus grande variabilité des comportements : les distinctions seraient moins attribuées de façon univoque, et relèveraient de combinatoires multiples plutôt que d'une

[1] Enfin Pris, CP productions 2002, film présenté dans ses versions de travail au festival de Lussas 2001, analyse et entretiens dans le cadre de l'équipe d'étude des festivals audiovisuels de l'Ircav.

distribution « panoptique » des rôles, de plus en plus indépendante de tout facteur géographique ou « morpho-culturel »…

Ainsi, les affirmations d'identité ne seraient plus orientées vers la constitution de groupes homogènes (à l'image des luttes de libération), mais orientées vers leur dissolution à travers les quêtes de droit ou le prosélytisme : affirmer son appartenance revient à se fondre dans la masse.

Le foyer familial

Si la télévision s'avère moins ségrégative que l'imprimé, il est donc nécessaire de mettre en place un système de répression si on veut maintenir les catégories antérieures.

Le foyer familial lui-même, comme modèle d'enfermement, semble devenir caduc. Pour compenser cette carence supposée, les hommes politiques ont fait de nombreuses tentatives légales pour rendre obligatoire la surveillance des mineurs par leurs parents : couvre-feu, interdiction de rassemblement, allocations sous condition de surveillance, etc. Le Premier ministre, Dominique de Villepin, a ainsi présenté un « contrat de responsabilité parentale », le 2 décembre 2005 : « En cas de défaillance manifeste et grave de l'autorité parentale, concernant des enfants en sérieux échec scolaire ou ayant abandonné l'école, un contrat sera proposé aux parents qui devront le signer, sous peine d'amendes, de mise sous tutelle ou de suspension de trois à six mois des allocations familiales »[1].

Fin 2005, le Syndicat des commissaires de police est allé jusqu'à préconiser *d'identifier les comportements précurseurs de la délinquance «dès la crèche, la maternelle ou l'école primaire»*. Il aurait pu s'agir d'une parodie ou d'un *hoax*. Il semble pourtant s'agir de recommandations issues d'un organisme de recherche officiel, bien que souvent décrié pour la complaisance de ses études par rapport aux politiques gouvernementales. L'Inserm a rendu public, le 22 septembre 2005, un rapport[2] relevant d'une « expertise collective en politique sanitaire publique », c'est à dire une compilation d'études sur une question, préconisant un

[1] Libération du 2 décembre 2005, « Dominique de Villepin défend la responsabilisation des parents ».

[2] « Trouble des conduites chez l'enfant et l'adolescent », rapport établi à la demande la Canam (Caisse nationale d'assurance maladie des travailleurs indépendants) par le Centre d'expertise collective de l'Inserm avec le Département animation et partenariat scientifique (Daps) et le Service de documentation du Département de l'information scientifique et de la communication (Disc).

Synthèse du rapport disponible sur le site de l'Inserm :
http://ist.inserm.fr/basisrapports/trouble_conduites/trouble_conduites_synthese.pdf .
Ouvrage d'expertise collective *Trouble des conduites chez l'enfant et l'adolescent* Editions Inserm, Paris 2005.

dépistage précoce de la délinquance[1], « d'identifier les facteurs de risque familiaux ou environnementaux très précocement, voire dès la grossesse », pour un traitement ou du moins un dépistage systématique vers 36 mois, dans le cadre de projets de « guidance parentale ». Les notions de TOP (trouble oppositionnel avec provocation), et « d'atteinte aux droits d'autrui et aux normes sociales », regroupent des manifestations allant des « crises de colère et de désobéissance, aux agressions graves, vol et viol ». Le « taux d'héritabilité génétique du trouble des conduites » serait « proche de 50% »[2]. Néanmoins, « Le groupe d'experts recommande de favoriser les interventions dans les familles à risque, en particulier chez les jeunes mères primipares à faible niveau d'éducation et en situation de précarité »[3].

Le gouvernement devait présenter en mars 2006, à la suite de ce rapport, le projet d'un « carnet de comportement » permettant de suivre et de contrôler l'évolution de la moralité des enfants[4]. Dans un premier temps, le carnet de santé pourrait être aménagé en ce sens :

> *« Quelques items » pourraient ainsi être inscrits dans le carnet de santé « pour repérer les signes précurseurs des troubles de conduite ». Pour les agressions physiques, on pourrait inscrire « s'est bagarré, a attaqué physiquement, a mordu » ; pour l'opposition, « refuse d'obéir, n'a pas de remords (!), ne change pas sa conduite » ; enfin, pour l'hyperactivité, « ne peut rester en place, remue sans cesse, n'attend pas son tour »*[5].

Cette initiative suit les propos de Nicolas Sarkozy en novembre 2005, considérant que « ce n'est pas quand un adolescent de 15 ans est devenu un délinquant multirécidiviste qu'il faut commencer à se préoccuper de son cas »[6].

Ce rapport et le projet de loi ont entraîné, en réaction, la circulation d'une pétition[7] et la prise de position de médecins, magistrats et d'éducateurs dénonçant les aspects idéologiques et scientistes de ces initiatives[8].

---

[1] Le « trouble des conduites » de l'enfant, un concept psychiatrique discuté » le Monde du 23 septembre 2005, Cécile Prieur.

[2] Rapport de synthèse p. 19.

[3] Rapport de synthèse p. 51.

[4] Libération du 28 février 2006 « Les tout-petits pris dans le tout sécuritaire », Jaqueline Coignard.

[5] L'Humanité du 11 octobre 2005 « Au secours Françoise (Dolto) ils sont devenus fous », Maud Durand.

[6] Libération du 28 février 2006 « Enfance : 7000 enfants sous Ritaline ».

[7] Pas de zéro de conduite pour les enfants de 3 ans : http://www.pasde0deconduite.ras.eu.org/ .

[8] Voir Robert Cario, *La Prévention précoce du comportement criminel. Stigmatisation ou bien-traitance sociale ?* L'Harmattan, Paris 2002.

> *Selon Muriel Eglin, magistrate détachée auprès de la Défenseure des enfants, une même philosophie transparaît chez le ministre et à l'Inserm : « On analyse l'enfant sous l'angle du trouble à l'ordre public qu'il représente, plus que de sa souffrance ». C'est un air du temps qui nous vient des Etats-Unis, selon Percebois* [Bruno Percebois, membre du syndicat national des médecins de PMI (Protection maternelle et infantile)] *: « L'application du libéralisme au champ sociétal ». On renvoie chacun à sa responsabilité individuelle. Dans le projet de loi sur l'égalité des chances comme dans celui sur la prévention de la délinquance, il est ainsi question de « responsabiliser » les parents : création de « conseils pour les devoirs et droits des familles » présidés par le maire, stage de soutien à la parentalité... Et, en préambule, on retrouve toujours la même antienne sur « la confusion constatée entre prévention et politique sociale » qui conduirait au développement préjudiciable d'une « culture de l'excuse sociale ou économique ».*[1]

Les médecins, à l'origine de cette initiative, soulignent également la promotion qui est ainsi faite de produits pharmaceutiques « calmants », produits par des laboratoires privés, comme la Ritaline de Novartis [2]. Ce rapport assure, en outre, la promotion des thérapies comportementales et cognitives, d'origine américaine, qui sont l'objet d'un important soutien gouvernemental : la loi votée en 2005 pour encadrer la profession de psychothérapeute a eu pour effet direct d'officialiser ces pratiques cliniques, qui étaient auparavant peu reconnues en France, peut-être en raison de leurs aspects idéologiques[3].

La question de la violence excède donc très clairement la simple question de l'influence des médias : elle est un moyen de naturaliser, dans un discours clinique, des positions idéologiques visant à légitimer et promouvoir un ensemble de moyens répressifs, en *animalisant* ceux qui occupent une position dominée : « Le modèle animal peut compléter l'étude des comportements liés aux troubles de conduite », énonce ainsi très clairement le rapport de l'Inserm[4].

---

[1] Libération du 28 février 2006, propos rapportés par Jaqueline Coignard, article cité.

[2] Voir Jörg Blech, *Les Inventeurs de maladies. Manœuvres et manipulations de l'industrie pharmaceutique*, Actes Sud, Paris 2005.

[3] « La Planète psy en guerre contre la psychotérapie d'Etat » Libération du 22 février 2006, Eric Favereau.

[4] Rapport de synthèse cité page 43.

Néanmoins ces tentatives ne sont pas forcément liées à la majorité parlementaire : les associations familiales, proches du gouvernement nommé en 2002, semblent avoir plutôt pesé contre ces mesures, à l'encontre des déclarations de celui-ci.

Le rapport sur la prévention et le traitement des mineurs délinquants, remis en avril 1998 à Lionel Jospin par deux députés de sa majorité, Christine Lazerges et Jean-Pierre Balduick, proposait déjà de réactiver les dispositions de l'article 227-17 du code pénal, permettant de sanctionner les parents qui se soustrairaient « à leurs obligations légales en compromettant la santé, la sécurité, la moralité et l'éducation de leurs enfants », en les condamnant jusqu'à deux ans de prison et 30500 euros d'amende[1].

Ainsi, ce n'est peut-être pas tant le pouvoir prescripteur de la télévision que la modification de la circulation de l'information au sein du foyer qui serait déterminante : les enfants disposent de points de vue extérieurs pour juger leurs propres conditions de vie. Les systèmes de « contrôle parental », biais technologiques pour théoriquement limiter l'accès des enfants à des programmes ou des contenus indésirables (télévision, vidéo, Internet) ont donc aussi pour fonction de préserver la hiérarchie familiale de la circulation de l'information.

Le point de vue des enfants

L'intérêt maximal des enfants serait plutôt éveillé par les émissions destinées aux adultes, que par les programmes qui leurs sont théoriquement dédiés, suivant une sorte de constante[2], sans doute liée au sentiment d'être dans l'univers des adultes : la satisfaction d'être au courant, d'avoir accès à ce qui se passe en privé et d'apprendre à connaître le monde et les gens. La télé-réalité joue certainement largement de la capitalisation de cet intérêt.

En l'occurrence, retarder la diffusion d'émissions spécifiques aux adultes en début de soirée amènerait les enfants à veiller plus tard pour regarder les programmes pour adultes : pas de palier dans la télévision, simplement la télévision

Les enfants participent également aux questions sociales : ils peuvent être interviewés dans des émissions sur le divorce, apporter leur point de vue : la fonction de la mise en scène l'empathie, telle que nous l'avons observée dans les émissions de Delarue, est alors particulièrement importante. Meyrowitz rappelle que les livres sur les questions familiales

[1] Voir Libération du 14 novembre 2005, Blandine Grosjean « La Tentation récurrente de taper les parents au porte-monnaie ».

[2] Joshua Meyrowitz note par exemple l'intérêt des jeunes spectateurs pour les retransmissions d'opéra, dans les débuts de la télévision britannique.

destinés aux enfants sont rédigés par des adultes, alors que les enfants peuvent à la fois s'exprimer directement et voir d'autres enfants s'exprimer à la télévision.

Alors que les parents achètent des livres pour leurs enfants, suivant leurs propres critères et leurs représentations de ce qu'attendent les enfants, la consommation plus directe qu'offre la télévision, sans passer par la prescription adulte[1], peut heurter leur représentation. Mais peut-on dire pour autant que les adultes soient représentés dans leurs activités normales et non en train de se mettre en scène ? Ces façons de se mettre en scène ne correspondent peut-être pas à la façon dont les parents voudraient que leurs enfants voient les adultes.

Si le livre et l'instruction associée ont créé l'enfance[2], la télévision la dissout-elle ? L'école ne serait-elle plus qu'une structure surannée par rapport à une structure d'âges qui n'a plus de sens en terme d'accès au savoir ? L'accès au savoir est, en effet, motivé par une certaine réversibilité entre capital culturel et devenir financier et social, par le biais des concours d'État en particulier. La diminution des effectifs de la fonction publique rend, de fait, cette équivalence plus précaire, tandis que l'intérêt des réseaux personnels s'accroît.

On peut au moins observer que ces catégories ne se maintiennent qu'au prix d'une répression accrue. Ou peut-être, la télévision donne-t-elle seulement le sentiment de cette dissolution, à partir d'une juxtaposition de faits divers non signifiants, ce qui peut justifier et rendre acceptables des politiques volontairement régressives. La télévision exagèrerait-elle toujours son rôle, y compris en se mettant elle-même dans une position d'accusée ?

La question de la répression peut être étendue à toutes les structures d'enfermement, à la fois contestées de l'intérieur et rendues inopérantes par les évolutions technologiques : les prisons, les écoles, les hôpitaux, les cinémas doivent lutter contre l'usage des téléphones portables. Le débat externe tend également à refuser tous les contrôles venus de l'extérieur en réaffirmant la valeur du dispositif d'enfermement traditionnel et les vertus de l'uniforme. La diffusion des marques *sportswear* dans les écoles, par exemple, ne relève sans doute pas du même type de problèmes que l'ostentation des signes religieux : elle ne relève pas, en tout cas, des même intérêts externes. On peut néanmoins se demander si la réaffirmation des vertus de

[1] Un certain nombre de contributions normatives (charte du jeune téléspectateur par exemple) ne font peut-être que réaffirmer ce rôle prescripteur sous couvert d'une responsabilisation de l'enfant.

[2] L'enfance est aussi un marché, sa préservation et sa compréhension justifiant un grand nombre d'emplois et de publications.

l'indifférenciation ne correspond pas d'abord à un problème institutionnel, d'autant que les logiques de groupe tendent aussi à entraîner une uniformisation vestimentaire[1].

Cette réaffirmation avalise précisément le discours suivant lequel les luttes contre les excès des structures d'enfermement, qui ont entraîné un assouplissement de leurs règles (autorisation des sorties, des visites, fin des uniformes…), seraient les causes de la crise. Or, il s'agit plutôt, peut-être, d'un phénomène de décompression qui leur a, au contraire, permis de se maintenir. À ce sujet le rapport Thélot[2] souligne notamment que les enfants doivent acquérir « des comportements indispensables à leur socialisation et à la poursuite de leurs études », mettant en avant les vertus disciplinaires de l'enseignement ; l'impact d'une émission comme Le Pensionnat de Chavagnes[3] corrobore directement cette idée.

Prendre le discours sur un changement d'ère pour sa valeur explicative est certainement trompeur. Il faut, sans doute, plutôt l'envisager comme une référence implicite de toutes les positions politiques – un mythe politique central qui permet de nous définir comme modernes, comme *en crise*, donc comme étant dans un lieu et un temps susceptibles d'action politique, ce qui la justifie, la rend nécessaire et urgente. Nier implicitement la possibilité d'un espace public, du fait de la modernité télévisuelle, est ce qui fonde notre espace politique contemporain.

La principale violence résiderait alors dans l'effacement des conditions de production des lois, et, pour elle, aucune signalétique n'a encore été proposée. Si le travail parlementaire est public, et les rapports d'information des assemblées souvent remarquables, les jeux d'influences des lobbies ne transparaissent souvent qu'une fois les lois votées. Le fait de montrer des hémicycles vides ou des parlementaires occupés par d'autres activités a certainement motivé la mise en place de chaînes spécifiques aux chambres pour mieux contrôler leur image.

---

[1] Voir Dominique Pasquier *Cultures lycéennes, la tyrannie de la majorité* Mutations, Autrement, Paris 2005.

[2] Commission instituée le 15 septembre 2003, rapport rendu public le 12 octobre 2004, « Rapport de la commission du débat national sur l'avenir de l'école », sous la direction de Claude Thélot, La Documentation Française, Paris 2004.

[3] Diffusion hebdomadaire à 20h50, 5 épisodes, septembre 2004, M6, Channel 4 - Extrabox [Endemol France] ; le premier épisode aurait été vu par 6,2 millions de téléspectateurs pour une part d'audience de 28,9%, selon les données Médiamétrie communiquées par M6. Le Pensionnat de Sarlat a suivi en 2005, mais a été marqué par une « érosion » de l'audience : 5,2 millions de téléspectateurs en moyenne, suivant l'étude de l'évolution des émissions de télé-réalité publiée dans Stratégie du 9 février 2006.

L'usage de l'âge

On retrouverait le discours sur le changement d'ère, sous des catégories proches, chez Guy Debord : âge de l'être, de l'avoir, du paraître. Les segmentations varient suivant le critère pris en compte : l'imprimerie et le 'codex' pour Mac Luhan, la constitution de l'État moderne pour Foucault.

On retrouve des notions proches dans les *logosphères*, *graphoshères* et *cybersphères* de Régis Debray ou dans des analyses centrées sur les relations économie / technologie / culture. On les retrouve, par exemple, développées chez Braudel, à travers la notion du passage entre économie de troc / économie de marché (échange fermé régulé dans l'espace) / économie de capitalisme. L'économie de capitalisme est entendue comme un marché ouvert et non régulé, où les liens entre capital, production, produit, marque, distribution et consommation sont totalement distendus, ces éléments pouvant à chaque étape du marché (chaque connexion offre-demande[1]) être pris en charge par des entités tierces, à l'inverse donc d'un processus d'intégration verticale qui caractériserait l'économie de marché fermé.

Âges plastiques

Pierre Francastel suivait une réflexion proche en liant naissance et déclin d'un espace plastique, et naissance et déclin d'une civilisation. Il prenait quelques précautions oratoires dans la présentation de son projet :

> *Je n'ignore pas qu'on m'objectera sans doute que j'ai adopté ainsi la double hypothèse de l'existence d'une renaissance et d'une nouvelle ère de l'histoire liée au développement d'une civilisation industrielle. Mais je ne crois pas qu'on puisse refuser aux sciences humaines le droit aux hypothèses, pour autant qu'on ne les considère pas comme des « éons » intangibles. Je suis plus assuré que quiconque du caractère incomplet de nos connaissances en matière d'histoire de la civilisation.* […] *J'ai voulu provoquer un débat, à la fois sur la méthode et sur les conclusions.*[2]

Francastel propose en l'occurrence d'analyser les révolutions esthétiques de la renaissance et du XIXème siècle, comme autant de changements d'un ordre de la représentation liés à des changements sociaux et scientifiques. A l'ordre symbolique médiéval, où *les espaces locaux*

---

[1] Cf. Shéma « Espaces d'échanges économiques et symboliques » page 201.

[2] *Peinture et société, Œuvres complètes I* Denoël, Paris 1997 (1951), préface p. 10.

sont encore *conçus comme des microcosmes réductifs de l'espace global*[1], succèderait un ordre figuratif reposant *sur une estimation optique des structures de l'espace, une ségrégation des plans par des volumes*[2], suivant une « scénographie monoculaire »[3].

Albrecht Dürer, Underweysung der Messung, 1525.

[1] P. 71.

[2] P. 106, à propos de Piero Della Francesca.

[3] P. 78.

D'un espace magique et symbolique, où les dimensions des personnages relèvent, par exemple, de rapports d'échelle pré-déterminés par leurs positions symboliques réciproques (les hiérarchies sociales et mythologiques), chaque ensemble signifiant étant constitué de 'blocs' juxtaposés, on serait passé à un autre type de mise en image, en continuité avec l'espace du spectateur, liant perception optique et espace figuratif.

Or, *observation et représentation* finiraient par ne plus être *reconnus comme équivalents*[1], ouvrant la voie d'un nouvel espace topologique qui succéderait à l'espace topographique de l'ère industrielle. L'expérience plastique anticiperait en tant que telle les évolutions sociales et politiques, elle les préfigurerait et devancerait même des innovations qui pouvaient être attribuées à l'évolution des possibilités d'expression technique ; Francastel précise ainsi, à propos de Van Gogh et de ses perspectives dynamiques :

> *On passe de la triangulation d'un espace stable à la triangulation d'un espace appréhensible par l'œil en mouvement. Ce n'est pas la caméra qui a donné sa vision à notre époque ; la vision filmique a suivi la vision plastique, comme la vision scénographique du théâtre antique a suivi jadis les spéculations des peintres du Quattrocento*[2].

Le paradoxe régressif du cinéma et de la télévision serait ainsi de vouloir parfois figurer leur légitimité en s'appuyant sur des mises en scène picturalistes et figées qui signifieraient l'art : on peut sans doute établir un parallèle entre les films d'art des années 1910[3] et les productions « de qualité » qui accompagnent l'histoire de la télévision. La télévision demeure peut-être l'héritière directe de cette tradition représentative que l'on retrouve dans l'ensemble des signes énonciatifs, tendant à donner la représentation télévisuelle comme équivalente à l'observation[4].

---

[1] P. 179.

[2] P. 187.

[3] L'assassinat du duc de Guise (André Calmettes, 1908) est un des programmes les plus emblématiques de la Société du film d'art. Gaumont propose également des « Films esthétiques » à partir de 1910.

[4] Cf. Eliseo Veron : « Le Temps d'une photo. De la sémiologie de l'image aux images d'information » dans Hermès 13, CNRS, Paris 1993 ; « Il est là, il me voit, il me parle », Communications N°38, 1983 ; *Construire l'événement. Les médias et l'accident de Three Miles Island*, Minuit, Paris 1981.

Au niveau thématique, Francastel voit, dans la peinture moderne, le désir et le travail remplacer les notions de gloire et de mort[1]. Le registre du travail remplacerait ainsi le registre nobiliaire dans la qualification de l'art, comme nous avons pu le voir dans la qualification du sport[2].

La construction d'une perspective topographique, liant mathématiquement observation et représentation, suivant un principe de fidélité de la représentation, peut également être vue comme une extension de la notion de fidélité liée à l'argent, condition d'un développement économique basé sur le crédit.

Quentin Metsys, Le Changeur et sa femme, école flamande, Musée du Louvre, 1514.

[1] P. 269.

[2] Ce qui rejoint Jules Gritti par rapport l'évolution de la représentation de ces notions dans le sport, voir *infra* page 123.

Cette œuvre, Le Changeur, représente un jeu de métaphores autour de la notion de fidélité (couple, miroir, effets d'abyme de la scène, monnaie fiduciaire, monnaie pesée en métal, instruments de mesure, livre, attitudes, etc.) ; sa dimension plastique de représentation fidèle permet également de l'analyser en tant que scène de genre, pour ses aspects documentaires, voire comme une illustration de l'âpreté des usuriers, et comme une scène édifiante pour le thème classique de la mise en scène de la vanité et de la vénalité.

Cet aspect programmatique confère à ces œuvres une « dimension générative », ouvrant vers de nouveaux types d'appropriation. Georges Perec a ainsi intégré Les Changeurs dans son Cabinet d'amateur[1].

Nous avons évoqué les détournements de la publicité, mais la publicité a pu également détourner des œuvres reconnues.

Packaging de desserts lactés, Nestlé.

D'après Vermeer La laitière, Rijksmuseum, Amsterdam, vers 1660.

---

[1] *Un Cabinet d'amateur* Balland, Paris 1979 ; voir également *La Vie mode d'emploi* Hachette, Paris 1978, Cf. *L'Œil d'abord. Georges Perec et la peinture*, *Cahiers Georges Perec*, n° 6, Seuil, 1996.

Voir également Manet van Montfrans, *Georges Perec. La Contrainte du réel*, Faux Titre, Rodopi, Amsterdam / Atlanta 1999 ; « Georges Perec, d'un cabinet d'amateur à l'autre » dans *Études romanes* n° 46, Georges Perec et l'histoire. Actes du colloque international, Université de Copenhague (30 avril au 1er mai 1998), Museum Tusculanum Press, Copenhague 2000, pp.105-129.
Version électronique (illustrée) : http://www.remue.net/cont/Perec_Montfrans.html .

Anne Kieffer (MPG Art)[1] précise la fonction de ces emprunts : « l'art apporte à l'entreprise une dimension plus intemporelle, un surplus de sens, et crée une adhésion collective »[2]. En terme d'usage, le packaging reprend, par exemple, l'image de la laitière de Wermer déclinée sur plusieurs supports, y compris des spots publicitaires télévisés. L'appropriation de l'œuvre se fait par la consommation quotidienne, comme dans le cas des produits dérivés. La reproduction mécanique s'applique à des œuvres produites dans un espace plastique antérieur, les intégrant dans une nouvelle dimension d'échange, d'appropriation et de transformation[3].

Logos Google modifiés en hommage à des artistes

Bannières affichées pour les anniversaires de naissance de Piet Mondrian, mars 2002, d'Andy Wharhol, août 2002, de Léonard de Vinci, avril 2005, de Vincent Van Gogh, mars 2005, d'Escher, juin 2003, de Monet, novembre 2001[4].

---

[1] Anne Kieffer & Michèle Benattar *Mettez de l'art dans votre com*, Éditions d'organisation, Paris 2003.

[2] Citée dans « ces artistes qui font tourner le commerce » L'Expansion 1er décembre 2003, Bruna Basini.

[3] Voir par exemple le site d'un artiste néerlandais collectionnant tous les objets reprenant les figures stylistiques de Piet Mondrian : http://www.snap-dragon.com/artifacts2.htm .

[4] Le site Google utilise tout un éventail de logos, modifiés pour quelques heures ou quelques jours en fonction d'évènements particuliers, dont des anniversaires d'artistes.
Voir la page officielle du site : http://www.google.co.uk/holidaylogos.html .

La circulation de l'art dans les espaces de la consommation pose cependant des problèmes particuliers d'acceptabilité : l'autonomie de l'art est plus difficile à défendre, dès lors qu'il ne se trouve plus enclos dans un espace dédié.

Ainsi la maison Rothschild fait appel chaque année, depuis 1945, à un artiste différent pour intervenir sur l'étiquette de son crû le plus prestigieux. Or, l'importation du millésime 1993 a été interdite aux Etats-Unis par le Bureau des alcools, tabacs et armes à feu, la baronne Philippe de Rothschild devant donc revenir sur le choix de l'illustration, pour ne pas s'aliéner le marché américain. « Le marketing ne joue aucun rôle dans mon choix des artistes, c'est seulement mon propre goût et la réputation du peintre », précisa-t-elle, tout en regrettant cette censure et en soulignant le caractère sans précédent d'une telle contrainte[1].

Balthus, Château Monton Rothschild, 1993

Le terme « artketing » désigne la démarche des artistes commerçants qui investissent systématiquement ces nouveaux espaces de circulation des œuvres, comme Benjamin Vautier, prolongeant ainsi son aphorisme suivant lequel l'art est partout et tout est art[2].

Les artistes prennent ainsi directement en charge un mode de diffusion qui recycle un nombre considérable d'œuvres, sur des supports allant des affiches publicitaires à la boîte de chocolat

[1] « Changez-moi vite cette étiquette » L'Humanité du 11 avril 1996, Jacques Teyssier.

[2] Benjamin Vautier *Je Cherche la vérité* Musée d'art moderne et d'art contemporain / Flammarion, Nice / Paris 2001.

et au tapis de souris. La mode italienne, dans son ensemble, a pu également être analysée comme un produit dérivé de l'art pictural italien, puisqu'elle s'est inspirée des modèles vestimentaires représentés par les maîtres, pour affirmer son autonomie vis à vis de la mode française[1].

La limite esthétique serait peut-être alors de limiter l'art à une dimension tautologique et citationnelle, la diffusion marchande limitant l'acceptabilité des innovations.

Âges économiques

La question de la disponibilité du capital serait donc déterminante dans la construction de cette image « d'âges » successifs, identifiable à travers les questions d'acceptabilité des constructions plastiques, et à travers les évolutions réglementaires qui régissent la circulation des biens culturels.

Le capital disponible à un moment donné, provient-il de l'État, de banques ou de fonds mutualisés ? À quelle échelle, dans quelles industries va-t-il être investi ? En fonction de quelles représentations, quant aux technologies et au retour sur investissement que celles-ci devraient permettre, donc suivant quelles facilités de production, et quelles logiques de distribution, et de quel comportement supposé des consommateurs ?

La disponibilité du capital dépend elle-même de facteurs d'opinion et de facteurs monétaires : l'inflation va justifier un investissement mutualisé dans des industries innovantes à retour risqué mais rapidement évaluable[2], alors que la centralisation du capital avait accompagné le développement d'industries lourdes suivant une structure oligopolistique.

Becker[3] analyse ainsi le développement de l'informatique autour de San Francisco à partir des années 1960, comme la conjonction entre capital-risqueurs (*venture capital firms*) tel Arthur Rock, venus de Wall Street, et laboratoires de recherche universitaires. Les universités, également à la recherche de meilleurs rendements pour leurs placements financiers, vont elles-mêmes, investir dans ces sociétés en établissant des partenariats. Elles vont ainsi

[1] Cf. Elisabetta Ruffini, série de conférences au Centre de Culture Italienne, Paris, 2004.

[2] Voir William H. Becker & William M. Mc Clenahan, Jr., *The Market, the State, and the Export-Import Bank of the United States, 1934-2001*, New York, Cambridge University Press, 2003.

[3] Aspects exposés dans le cadre du séminaire Cerna – École des Mines / Ehess, Paris, séance du 14 janvier 2004. William H. Becker, Georgetown University, Whashington D.C. « The 'Dot.com revolution' in Historical Perspective » http://www.cerna.ensmp.fr/cerna_numerique/prog/PapiersEHESS/Becker-14-01-04.pdf .

financer une nouvelle génération d'ingénieurs et d'entrepreneurs à l'origine du développement du secteur.

L'importance des capitaux investis n'est donc pas le seul critère de développement et d'innovation : comme le rappelle Christopher Freeman[1], c'est l'avance technique préalable dans un grand nombre de domaines et la possibilité d'associer ces technologies qui a permis des avancées techniques spectaculaires comme le développement de l'informatique.

Si l'on reprend l'idée de changement d'ère, en la liant aux aspects économiques et aux évolutions financières, l'enchaînement de représentations corrélées et véhiculées par cette image peut être précisé ainsi :

- capital peu disponible ⇒ technologie légère ⇔ structures artisanales, troc ⇒ transmission orale des savoirs ⇒ légitimation ontologique du pouvoir

➘ capitalisation

- capital concentré ⇒ technologies lourdes, mécanisation (rendement faible mais sûr du capital) ⇔ structures d'enfermement, marché fermé ⇒ développement de savoirs disciplinaires ⇒ légitimation culturelle & politique

➘ baisse du rendement financier[2]

- capital mutualisé ⇒ nouvelles technologies, mondialisation ⇔ structures de contrôle[3] ⇒ déconstruction, relativisme ⇒ légitimité relationnelle

Le schéma suivant nous permettra de présenter ces positions de façon systématique, en mettant en corrélation les différents aspects occurrents dans les discours sur les changements d'ère.

---

[1] Voir *Technologie et richesse des nations* Actes du colloque Technologie et compétitivité, juin 1990, Paris, organisé dans le cadre du TEP Programme technologie et économie par le Ministère de l'industrie et de l'aménagement du territoire, le Ministère de la recherche et de la technologie et l'OCDE, sous la direction de Dominique Foray et Christopher Freeman, Economica, Paris 1992.
Voir également de Dominique Foray *L'Économie de la connaissance* La Découverte Paris 2000.

[2] Suivant l'hypothèse de Becker.

[3] En reprenant le terme de Deleuze, référant à Foucault et Burroughs, repris également par Toni Negri. Voir Gilles Deleuze, *Foucault*, Paris, Éditions de Minuit, 1986, p. 50 ; *Pourparlers* 1990 ; Michel Foucault, *Surveiller et punir* en particulier p. 213 sur la transformation des mécanismes disciplinaires.

Âge paléotechnique, préindustriel, archaïque, « âge de l'être », du « village »

- capital peu disponible
  ⇒ technologie légère, machines « dynamique » (animale, éolienne, hydraulique)
  ➢ marché des capitaux inexistant ou embryonnaire
  ⇔ structures artisanales
  ➘ troc
  ⇒ communication inter-individuelle – mémoire / espace magique
  👂 transmission **orale** des savoirs
  - les unités de connexion recoupent les unités d'interaction (forum)
  - ensemble des savoirs familiers partagé au sein de la communauté
    - pas de gradation dans les paliers d'apprentissage
    - hiérarchisation minimum : pouvoir « mystique »

  ⇒ légitimation ontologique du pouvoir : religion, souveraineté
  ✓ cultures communautaires vs cultures de Cour ou d'Église

➘ capitalisation
Âge technique, industriel, moderne, « âge de l'avoir », « galaxie Gutenberg »

- capital concentré
  ⇒ technologies lourdes, machines énergétiques, mécanisation de la production
  ➢ rendement faible mais sûr du capital
  ⇔ structures industrielles, d'enfermement
  ➘ marchés fermés (États nations)
  RECOUPEMENT capital /production /distribution /produit /marque
  ⇒ développement de savoirs disciplinaires – bibliothèque / espace topographique
  👁 référents **imprimés**
  dissémination des produits (livre ou marchandise)
  - plus grandes unités de connexion, plus petites unités d'interaction
  - ségrégation des groupes – homogénéisation au sein des groupes
    - uniformisation des langues et des comportements
      - séparation maximale des âges, des rôles sociaux / sexués
      - système hiérarchisé, séparé, par palier
        - compétence de +/+ spécialisée :

  ⇒ légitimation culturelle & politique : démocratique, voire fasciste, communiste…
  ✓ culture nationale, « haute culture » vs « basse culture »

➘ baisse du rendement financier
Âge néo-technique, informationnel, post-moderne, « âge du paraître », « village global »

- capital mutualisé
  ⇒ nouvelles technologies, machines cybernétique
  ➢ rendement aléatoire mais fort du capital
  ⇔ structures post-industrielles, de contrôle
  ➘ mondialisation
  DISJONCTION capital /production /distribution /produit /marque
  ⇒ déconstruction, relativisme – cybersphère / espace topologique
  🕸 développement des **médias électroniques**
  - distribution combinatoire des rôles sociaux
  - dissolution des espaces privés en multitude d'espaces publics

  ⇒ légitimité relationnelle
  ✓ culture du détournement vs culture institutionnelle ?

Même s'il est difficile de soutenir un tel raccourci, suivant lequel les changements de paradigme scientifique dépendraient directement de l'évolution des taux d'intérêt, il est vraisemblable que la forme d'investissement du capital puisse déterminer les cadres de la légitimité, qui vont justifier la production d'un type de savoirs et de structures sociales, adaptées aux technologies ainsi favorisées. Il n'y a pas sans doute pas de prédisposition à l'usage d'une technologie : les structures industrielles correspondantes n'en sont pas moins liées aux structures capitalistiques. La production de main d'œuvre, l'enseignement, dépendent de la demande industrielle.

Systématiser ces correspondances nous permet de souligner l'intérêt et la limite de ces corrélations. Tous ces liens causaux sont hypothétiques ; leur expression n'en est pas moins occurrente, témoignant éventuellement d'une forme de détermination téléologique qu'il conviendra d'analyser.

Âges idéologiques

Si la performance intellectuelle la plus valorisée dans une structure industrielle correspondait à une accumulation et une spécialisation, elle correspondrait à une mutualisation, dans le cas d'une ère nouvelle : ce qui peut expliquer le succès et la valorisation de cette idée, dans le cas de l'informatique et d'Internet ou des autres domaines de la « révolution numérique »[1].

Ainsi, il est peut-être possible d'opérer une lecture extensive de la déclaration de Patrick Le Lay qui a entraîné un grand nombre de réactions dans l'espace public.

> *À la base, le métier de TF1, c'est d'aider Coca-Cola, par exemple, à vendre son produit. Or, pour qu'un message publicitaire soit perçu, il faut que le cerveau du téléspectateur soit disponible. Nos émissions ont vocation de le rendre disponible. C'est-à-dire de le divertir, de le détendre pour le préparer entre deux messages. Ce que nous vendons à Coca-Cola, c'est du cerveau humain disponible.*

Qu'elle soit provocatrice, cynique, ou bien simplement destinée à rassurer ses clients et ses actionnaires, voire à se positionner par rapport à ses pairs, elle irait bien dans le sens d'une forme de « mutualisation » de la disponibilité de chacun[2] par le biais de la télévision : chacun

---

[1] Il s'agirait d'une mutualisation des savoirs, par accumulation, à distinguer de la valorisation des forces conjointes dans un but commun qui renvoie à un autre type de capacités de coopération, pour reprendre les distinctions de Thierry Gaudin.

[2] Dans *Les Dirigeants face au changement*, éditions du Huitième jour, Paris 2004. Extrait diffusé par l'AFP le 9 juillet 2004, à l'origine de nombreux articles de presse en août et septembre 2004 (Le Monde, Libération, Télérama) et de plusieurs campagnes d'opinion (Acrimed, Sacd…).

donne de son temps contre la production des programmes qui l'intéressent. Encore une fois, les réactions des opposants face à une telle intentionnalité ne font que valider des présupposés par rapport aux effets des médias.

Ce système « d'ères », comme représentation, serait donc opératoire au niveau politique à plusieurs niveaux dialectiques :

- Pour justifier une répression (d'ordre politique) et un contingentement (d'ordre technologique). Par exemple, le partage par Internet de fichiers audio numérisés va être poursuivi juridiquement, tandis que les enregistrements seront l'objet de mesures de protection technique, ou que la signalétique jeunesse des chaînes sera associée à des mesures juridiques de protection des mineurs.
- Pour justifier une transgression : logiciels libres, partage de fichiers, accès public à la télévision[1], dans un discours qui va s'opposer à la fois à la notion de « concentration » et de « globalisation » (dont découleraient des monopoles d'ordre planétaire, tant au niveau informatique ou industriel que médiatique ou politique).
- Pour justifier le maintien de la politique économique des entreprises : « mutualisation » du temps de loisir au profit de la consommation, « mutualisation »[2] du temps de travail, externalisation de la production, désengagement de l'État, des services publics et des instances de régulation, ouverture des marchés[3].

Avant de parier sur un changement d'époque, on peut donc observer un changement de mots, la première obligation de l'économie étant, de ce point de vue, de répondre à une fonction poétique. Les mots de l'économie dans les médias seront tous construits en fonction de traits sémantiques correspondants à ce nouvel âge : dégroupage (télécoms), mondialisation, externalisation, flexibilité, réseau Vs centralisation et conglomérats…

De ce point de vue, la télévision est expressément une « marque » à l'appareil industriel propre très limité, une interface commerciale dont l'objet est de mettre en relation des

[1] La chaîne Zalea avait ainsi défrayé la chronique en 2002 pour avoir diffusé une soirée consacrée à l'érotisme et la pornographie hors du cadre légal imposé *a priori* à la diffusion hertzienne.

[2] Par exemple l'annualisation du temps de travail, le partage des congés parentaux. Il conviendrait de distinguer les évolutions issues de la demande du patronat ou de celle des salariés, ou de la négociation entre « partenaires sociaux ».

[3] Cf. Schéma : Choix stratégiques & d'entreprise des sociétés de média : Engagement capitalistique & symbolique, conséquences industrielles & communicationnelles, page 180.

producteurs et des consommateurs[1], donc une entité proche du modèle en réseau que l'on vient de citer. Elle conserve pourtant une structure hiérarchique assez lourde, dans un marché où il y a très peu de nouveaux entrants[2].

Les instances de régulation, comme le CSA, ont expressément, pour les acteurs du marché, le principal intérêt de limiter l'arrivée de concurrents.

Or, dans notre perspective publique et politique, la seule chose qui justifie le contrôle d'une technologie, c'est sa dangerosité : personne ne va plaider pour une dissémination de l'industrie nucléaire[3] sous forme d'entreprises souples, en réseau, qui sous-traiteraient leur production… la notion de risque et de dangerosité de l'objet justifie le maintien de contrôles hiérarchiques et de procédures lourdes, d'autant que l'appareil industriel correspondant implique une concentration et une immobilisation très importante de capital que, parfois, seul un État peut assumer.

L'espace public permet en outre l'expression d'opposants qui créditent encore plus cette dangerosité et justifient encore plus les précautions et la lourdeur des structures, ainsi que leur opacité[4]. Ce sont peut-être même les réactions publiques qui vont concourir au maintien de ces structures contre des tendances internes, conduisant à la désindustrialisation, qui dépendraient simplement des ratios de coût et d'investissement liés à la nature des capitaux disponibles et aux exigences de retour de leurs détenteurs.

Entretenir une aura de « dangerosité » permet donc le maintien (ne serait-ce que fantasmatique) de structures d'enfermement et de marchés fermés. N'oublions pas que la dangerosité sociale est aussi ce qui justifie en partie le modèle initial de la prison ou de l'asile. Dangerosité de la culture américaine et commerciale contre notre exception culturelle, dangerosité des enfants livrés à eux-mêmes et à cette culture.

---

[1] Aspect présenté dans « Le Télé Achat, finalité par défaut », *Les Cahiers du Circav 2000*, article cité et développé précédemment.

[2] Voir le lobbying contre la TNT et l'ADSL de la part des diffuseurs hertziens, en particulier TF1 et M6 comme actionnaires de TPS, avant de signer un accord avec VU et de se rallier aux diffusions terrestres.

[3] En prenant l'argument à l'envers, on peut poser qu'une structure industrielle lourde, pour se maintenir dans une situation où les revenus du capital ne justifient pas l'investissement dans ce type d'entité, doit pour se proroger s'orienter vers les technologies les plus dangereuses possibles. La politique d'EDF et de l'industrie nucléaire peut gagner une certaine lisibilité sous cet angle.

[4] Les modalités de transport des déchets nucléaires sont ainsi passées dans la catégorie « secret défense » après avoir été publiques, en réaction à la pression d'organisations écologistes, ce qui a été à l'origine d'accidents mortels.

Cette idée de « dangerosité » a été soulignée dans les réactions contre le rapport Kriegel[1], par exemple dans l'analyse de Serge Tisseron[2] :

> *L'action en direction des parents, (...) est évoquée par une seule phrase qui (faute de grammaire et italiques comprises !) résume à elle seule l'ensemble de la philosophie qui anime ce rapport : « Une action en direction des parents devraient (sic) d'abord se donner pour but de les amener à surveiller et encadrer la consommation audiovisuelle de leurs enfants. Elle devrait aussi les convaincre de procéder avec tact faute de quoi leur action créerait plus de conflit qu'elle n'en résoudrait. » Bref, les enfants nous sont présentés comme des sortes de produits dangereusement réactifs qui nécessiteraient des précautions d'emploi, voire comme des animaux sauvages toujours prompts à agresser leur dompteur, et jamais comme des êtres humains mus par le désir de donner du sens à leurs expériences d'images.*

On peut aussi voir dans ce sous-entendu de dangerosité une survivance de la notion de « masse » (au sens d'un atavisme congénital de la foule), qui, si elle semble maintenant difficile à assumer pour décrire des phénomènes sociaux, est alors réactivée par rapport aux enfants et aux adolescents.

Quel capital télévisuel ?

Il semble que personne n'ait intérêt à voir dans la télévision un objet anodin et inoffensif, question d'autant plus sensible que ce média devient le symbole et l'enjeu de tout discours sur les évolutions sociales, donc de tout discours politique.

La télévision se trouve à la conjonction du marché et de l'institution, donc en porte à faux systématique par rapport aux marqueurs de légitimité correspondants[3]. La séduction

---

[1] *Violence et télévision* remis par Blandine Kriegel au ministre de la Culture et de la communication le 14 novembre 2002.

[2] Le Monde Diplomatique janvier 2003 « Inquiéter pour contrôler ».

[3] On a pu envisager deux tendances plus ou moins marquées chronologiquement dans l'évolution de la télévision, d'une télévision contingentée diffusant des programmes autonomes, marquée par la culture de l'écrit, à une télévision ouverte et concurrentielle orientée vers un flux, englobant l'ensemble des programmes et usant au maximum de protocoles ou de figurations de l'interactivité (*paléo* télévision de *contenus* versus *néo* télévision *relationnelle*), Cf. Roger Odin et Dominique Mehl.

Dans les émissions de parole (talk-shows), on peut également remarquer des différences de construction suivant qu'il soit fait référence, dans les interventions, à la situation relationnelle du locuteur ou à un savoir d'expertise issu de la culture scolaire, académique, administrative ou manageriale (oralité contre scripturalité) ; voir schéma, « le dispositif télévisuel de production de la parole » page 103.

particulière de l'image peut en outre entraîner une fascination qui limiterait l'espace critique à son encontre[1].

Ce hiatus se retrouve dans les différentes propositions, par rapport à la télévision, qui ont en commun de vouloir introduire des facteurs de distanciation ou des éléments qui relèvent du code de l'écrit, ou d'une compétence scolaire dans une activité entendue *a priori* comme vaine.

La commission Thélot recommande ainsi d'inscrire, dans le cahier des charges des chaînes de télévision, « l'obligation de recourir au sous-titrage plutôt qu'au doublage »[2]. Si la proposition se veut un moyen pragmatique pour amener les enfants vers une meilleure maîtrise de l'anglais « de communication internationale » (ou hypocritement un moyen pour les détourner de ces programmes), il suffit de remarquer que les séries américaines et anglaises utilisent un très grand nombre de registres d'expression[3] (voir la marge qui va de Coronation street[4] à NYPB [5] en passant par Urgences ou South Park [6]), assez éloignés de la notion de « communication internationale » pour élèves du primaire, pour se demander si les membres de la commission ont déjà regardé ces séries en version originale. Elle s'appuie principalement sur l'exemple des pays scandinaves, tout en remarquant l'absence d'étude qui permettrait de fonder la corrélation diffusion en V.O. / maîtrise de l'anglais.

En outre, le doublage fait disparaître des références culturelles qui rendraient les séries américaines totalement opaques à un public français[7], les nombreuses allusions religieuses

---

[1] Voir Mots de Passe : Jean Baudrillard, document vidéo, 90 minutes, Leslie F. Grunberg, réalisé par Pierre Bourgeois, Films Pénélope / Centreville Télévision / Montparnasse Vidéo, 2000.

[2] Reuters, 12 octobre 2004.

[3] Voir l'étude de Pierre Sorlin, précédemment citée par rapport à sa typologie, sur les registres de langue dans les sit-com britanniques, présentée le 7 juin 2000 à la BNF lors du séminaire Parole et Télévision coordonné par Guillaume Soulez, lors de la séance du 12 octobre 2001 de l'inter-atelier de l'Inathèque « Les Archives et ses usages en Europe », Ina, et le 10 décembre 2001 lors de la journée d'étude « pour une approche transversale de la fiction télévisuelle à épisodes » coordonnée par Yannicke Lebtahi et Stéphane Benassi université de Lille 3 : « Les Sitcom, espace linguistique ».

Transcription de l'atelier Ina :
http://www.ina.fr/inatheque/activites/ateliers/interateliers/pdf/Inter_Atelier12_10_2001.pdf.

[4] Série britannique créée par Tony Warren, diffusée depuis 9 décembre 1960 sur le réseau ITV.

[5] New York Police Blues, série américaine, créée par Steven Bochco et David Milch, diffusée entre septembre 1993 et mars 2005 sur le réseau ABC. Première diffusion en France sur Canal Jimmy, en 1994.

[6] Série d'animation américaine, créée par Trey Parker et Matt Stone, diffusée depuis août 1997 sur le réseau Comedy Central. Première diffusion en France sur Canal Plus, en 1998.

[7] Voir Martin Winckler *Les Miroirs de la vie : histoire des séries américaines* Le passage, Paris 2001.

étant par exemple souvent remplacées par des allusions d'ordre sexuelles ou relationnelles[1]. Plus vraisemblablement, on peut voir, dans cette proposition, une illustration d'un jugement sur la télévision basé sur l'idée de la prévalence de l'écrit et une certaine méconnaissance des spécificités du média, tant du point de vue de sa production que de son appropriation.

On peut lire une certaine ironie dans le rapport, quand il préconise une éducation aux médias comparable à l'analyse formelle qui est faite en littérature : la connaissance des conditions de production de la télévision, par les enfants, ne semble pas limiter leur adhésion[2], tandis qu'elle a, assurément, largement réduit l'attrait des belles-lettres ; s'agirait-il de vouloir diminuer l'attrait de la télévision en en faisant précisément un sujet d'enseignement scolaire ?

De nombreuses tentatives ont déjà été menées en se sens depuis 30 ans, sans totalement aboutir. La compétence spectatorielle en matière de télévision relève sans doute plus d'un auto-apprentissage par essais et erreurs interprétatives, ainsi que d'un apprentissage mimétique par jeux de rôle et de conversation, et d'un apprentissage interpersonnel, par personnes ressources, au sens du *two step flow* de Katz, que d'un enseignement académique et institutionnel[3].

Les autres préconisations de la commission relatives à l'éducation aux médias[4] sont néanmoins plus mesurées. Elles prennent acte de l'absence de données fiables sur l'influence de télévision sur les jeunes[5], en appelant même au CSA pour les initier, tout en prenant quelques distances avec la signalétique[6] et en notant l'impossibilité d'intervenir réellement sur l'offre des médias, en admettant leur propre logique commerciale, la liberté des créateurs et l'insuffisance des cadres réglementaires. Ce souci de désamorcer les critiques, en allant dans le sens des mouvements professionnels qui avaient contesté la publication du rapport Kriegel

---

[1] Voir Ally Mc Beal série créée par David E. Kelley en 1997 pour Fox ou Buffy contre les vampires [Buffy the vampire slayer] 20tf Century Fox Television, créé en 1997 par Joss Whedon dans deux registres et deux espaces américains très différents.

[2] Voir les travaux de Dominique Pasquier sur les sit-com, 1994, 1995, par exemple « Chère Hélène, les usages sociaux des séries collèges » dans Réseaux n°70.

[3] Cf. Chantal Duchet diagramme « learning and circulation of knowledge » actes p. 142 de l'article « RATP : managing langages and know-how in terms of added value » avec Martine Delvolvé, Ismick 93, Management of industrial and corporate knowledge, Université de Compiègne 27-28 octobre 1993.

[4] Chapitre 8.1 p.135 « Cinq mesures possibles pour mieux accorder les exigences de l'éducation de la jeunesse et l'environnement médiatique ».

[5] Le CSA doit apprécier ! Les nombreux contributeurs sur cette question aussi… Le rapport Kriegel énonçait le contraire.

[6] Prônant une « signalétique positive » pour les programmes les plus « recommandables d'un point de vue éducatif » en référant au rapport Kriegel. Le CSA devrait s'engager dans la voix de « préconisations qualitatives » plutôt que de seulement « définir un cadre normatif ».

(de la part des créateurs, mais aussi des diffuseurs), tout en y référant, se fait, semble-t-il, au prix d'une mise en cause assez sérieuse des attendus des cadres légaux, en particulier, comme nous l'avons souligné, du CSA.

Les schèmes d'analyse en terme de changement d'ère ont sans doute pour première qualité de chercher à rendre compte de particularités d'un média, qui ne relève pas forcément de l'écrit ni de l'oral (on peut avancer qu'il y a aussi beaucoup d'images[1]), mais sera jugé par rapport aux vertus et avantages supposés de ces modes de communication.

En l'occurrence, l'illégitimité de la télévision fait de son usage une pratique forcément immature, éventuellement déviante, dans tous les cas indescriptible, donc un lieu de fantasmes. De l'illégitimité, on peut ainsi glisser vers la dangerosité.

L'âge des masses

Les postulats béhavioristes d'une influence directe de la télévision renvoient certainement à la fois à l'idée de dangerosité de la foule, réactivée à travers la notion de masse, comme un état de barbarie que seul l'éducation peut combattre[2], et à l'idée de dangerosité des images[3]. Ce béhaviorisme, difficile à soutenir et à assumer dans un discours politique (comment dire à ses électeurs qu'ils sont des êtres influençables et immatures), semble trouver une voix d'expression beaucoup plus valorisante en étant appliqué aux enfants.

Or, la télévision échappe précisément à l'éducation, relevant de modes d'appropriation différents de l'écrit, faisant largement appel aux échanges oraux interpersonnels, par définition indénombrables. Leur interprétation, en fonction des termes donnés par les médias eux-mêmes pour justifier de leur illégitimité, peut alors sembler fatale.

Ce qui justifie une censure institutionnelle, ce serait précisément la carence de la censure individuelle, de l'esprit critique des spectateurs, soit qu'ils ne disposent pas des ressources culturelles suffisantes[4], soit parce que la télévision exercerait une fascination spécifique, une séduction donc, qui anesthésierait cet esprit.

---

[1] La communication par la magie de l'image, « l'universalité du cinéma », fait aussi partie des mythes de référence des utopies de la communication.

[2] Voir les citations du rapport Thélot.

[3] Voir les iconoclasmes historiques.

[4] Du fait de l'âge, donc d'un parcours scolaire insuffisant. Ce jugement de valeur, en s'appliquant aux adultes, contribue à justifier des inégalités sociales en renvoyant à « l'incompétence » des pauvres.

Nous avons proposé une contre-hypothèse, suivant laquelle la télévision relève d'un apprentissage interpersonnel, d'une herméneutique où l'on interprète la télévision à partir d'elle-même et des connaissances sur elle déjà acquises dans son entourage, et non d'un procédé académique où l'on analyse un objet à partir d'un discours qui lui est extérieur.

Nous pouvons formaliser cet aspect en fonction des types d'apprentissage impliqués, en reprenant la formalisation proposée par Chantal Duchet[1] quant aux types d'apprentissage et de circulation de la connaissance :

- **Apprentissage pratique**
    - Initiation : faire découvrir une émission
    - Personnes ressources : ceux qui connaissent une émission dans son entourage, qui correspondent à son ciblage manifeste, qui affichent leur compétence à son propos
        - *Two step flow*
        - Référent interprétatif : le milieu social
            - Espace interpersonnel
- **Apprentissage mimétique**
    - Jeux de rôle et de réécriture : imprégnation, identification et détournements ; jeux dans les cours de récréation où les enfants reprennent un personnage de séries, « fan fictions », utilisation d'un programme sériel comme ressource interprétative (« l'éducation sentimentale » au sens de Dominique Pasquier)
    - Jeux de discours, de positionnement et d'exégèse : critiques et sites ou clubs de fans, collections
        - Référent interprétatif : la télévision elle-même, ses prémices
            - Espace interpersonnel

« Learning and circulation of knowledge », texte cité *supra*.

- **Apprentissage par construction d'une herméneutique personnelle**
    - Essais et erreurs d'interprétation[1]
    - Auto-apprentisage
        - Lecture privée au sens de Roger Odin
        - Référent interprétatif : soi-même, sa culture, son passé ; éventuellement lecture « traumatique » au sens de Serge Tisseron
            - Espace personnel
- **Apprentissage académique**
    - Apprentissage initial scolaire : le temps devant la télévision (avant et après l'école ou le travail) correspond au contraire au passage entre temps contraint et temps disponible, interprétation contrainte et interprétation ouverte
    - Ré-apprentissage, instances de référence : associations, formations, annonces ministérielles renouvelées rituellement, sans aboutir, d'une formation critique aux images et aux médias étendue à toute la scolarité[2]
        - Corpus critique des institutions éducatives et culturelles
            - Espace institutionnel inadéquat, donc en relation de contradiction et en conflit avec la culture télévisuelle « spontanée » qui ne rentre pas dans ses cadres et qui est réduite à une 'sous-culture' à rééduquer ou à censurer, ou plus positivement à une 'culture plurielle' au sens de Michel de Certeau.

[1] Ce qui renvoie à la durée et au principe sériel : le prochain épisode permet de valider, ou non, ses déductions interprétatives.

[2] À l'exception de l'université, ce qui est notre condition d'énonciation. Celle-ci ne peut cependant construire et maintenir ses champs de scientificité que dans un rapport de négociation permanent, parfois conflictuel, avec ses institutions de tutelle. La scientificité elle-même se définit en effet normalement par rapport aux pairs et non par rapport à une hiérarchie institutionnelle.

Il est donc peut-être possible d'échapper aux prescriptions institutionnelles en envisageant d'abord la télévision par rapport au plaisir personnel qu'elle apporte, plutôt que par rapport aux déplaisirs institutionnels qui se manifestent à son encontre.

Promouvoir un stoïcisme télévisuel ?

La Télévision ne possède pas les longs bras que lui attribue l'opinion ; elle n'a de prise sur personne, excepté sur ceux qui s'attachent à elle. Faisons donc le bond, qui, autant que possible, nous rejettera loin d'elle, pourrait-on proposer en parodiant Sénèque[1].

Ainsi, on peut se demander qu'elle est le type d'attitude implicitement attendu du spectateur, par les institutions réglementaires, *d'art de vivre* ou de *prescription morale* ?

Le spectateur ne peut-il pas lui-même établir ses propres censures, construire sa propre herméneutique ?

Ce souci du spectateur dans l'espace public se double-t-il d'un souci de lui-même dans son espace de réception ? Ou une instance de régulation doit-elle justement suppléer à une absence de ce *souci de soi*, par exemple, au sens où Foucault décrit l'examen de ses propres représentations mentales auquel doit se livrer le philosophe avant de les agréer : *la tâche de la philosophie serait précisément d'exercer ce contrôle* (Epictète)[2].

Contrôle que Foucault précise : ce n'est pas essayer de déchiffrer un sens caché sous la représentation apparente ; c'est jauger la relation entre soi-même et ce qui est représenté, pour n'accepter dans le rapport à soi que ce qui peut dépendre du choix libre et raisonnable du sujet.

Une morale de la télévision pourrait donc aussi se construire sur le même principe qu'une morale stoïcienne, suivant les mêmes attentions que celles qui occupent le philosophe, en intégrant la dimension de construction d'une herméneutique personnelle par le récepteur qui fait partie du fonctionnement de la télévision et de ses codes d'auto-apprentissage.

Les représentations télévisuelles renvoient bien à une posture de regard, en particulier sur l'activité des autres. L'éthique de la maîtrise de sa consommation télévisuelle pourrait ainsi

---

[1] *Lettres à Lucilius*. En dehors de *Fortuna* la traduction est celle employée en référence par Foucault (F. Préchac et H. Noblot, C.U.F.), note suivante.

[2] Dans *Le Souci de soi* p. 80 ; Epictète : *Entretiens* III, 12, 15.

présenter une certaine actualité en contre-modèle des pratiques de consommation, telles que les pratiques de consommation de « marques » qui relèveraient d'un contrôle ou d'une imposition extérieurs à soi. La différence serait de ne plus juger la télévision par rapport à un modèle idéologique, ce qui renvoie à l'usage conceptuel fait couramment d'Adorno[1] de la télévision en tant qu'instrument de propagande, mais comme un objet extérieur à soi exerçant une emprise sur soi. Cette emprise serait, en tant que telle, la fin rejetée.

Néanmoins, les projets réglementaires ou les rapports proposant une plus grande abstinence télévisuelle ne parlent guère du plaisir qu'à travers un resserrement du champ du défendu. Ils préconisent un resserrement des interdits, une définition de plus en plus précise du domaine du défendu, allant jusqu'à prendre en compte le degré de visibilité des représentations (horaire, mode de diffusion[2]). La visée est expressément prophylactique : il n'est guère question de connaissance de soi, mais simplement de réaffirmer des positions institutionnelles ou de satisfaire les lobbies prônant un contrôle moral accru.

Le pouvoir de la télévision

On peut lire une morale basée sur la peur d'une manipulation idéologique, comme l'inquiétude que la télévision puisse renvoyer à un référent autre que le référent académique ou politique que l'on souhaiterait voir impliqué, que celui-ci soit commercial ou idéologique par exemple.

Or, une morale basée sur le refus de l'emprise sur soi, plutôt que sur la peur d'une imprégnation idéologique, serait peut-être plus pertinente, d'autant que cette notion d'imprégnation, comme celle de l'influence de la violence, demeure toujours aussi difficile à démontrer.

La définition du pouvoir peut, en effet, renvoyer à cette emprise plutôt qu'à ses justifications idéologiques.

Deleuze rappelle ainsi l'originalité de la définition du pouvoir proposée par Foucault : « le pouvoir investit [les dominés], passe par eux et à travers eux, il prend appui sur eux, tout

---

[1] En se permettant de référer à Eco pour cette dimension « courante » : Cf. « TV : la transparence perdue » dans *La Guerre du faux* Grasset, Paris 1985 page 144 : *On justifie un député qui* […] *intervient pour critiquer une édition du journal télévisé qu'il juge factieuse ou incomplète, alors que l'intervention d'un député qui, brandissant les œuvres complètes d'Adorno, critiquerait un spectacle télévisuel comme une apologie des mœurs bourgeoises, apparaîtrait comme discutable.*

[2] La chaîne Paris Première s'est vue ainsi refuser l'autorisation de diffusion en première partie de soirée de films interdits aux moins de douze ans, pourtant reconnue à une chaîne comme Treizième Rue par exemple, du fait de sa diffusion prévue sur la TNT.

comme eux-mêmes, dans leur lutte contre lui, prennent appui à leur tour sur les prises qu'il exerce sur eux »[1].

Le pouvoir de la télévision ne renvoie sans doute pas non plus à un simple processus hiérarchique qui verrait l'information aller des dirigeants vers les dirigés[2] : l'acceptation du rôle de « dirigé » se fait aussi dans la mesure où il recoupe son propre intérêt. Ainsi, parmi les effets des médias, nous avons vu la question de l'imposition des modes vestimentaires. Mais la mode ne s'impose également que dans la mesure où elle permet de résoudre les problèmes de différenciation ou d'affirmation d'identité qui se posent au spectateur-consommateur.

Si la télévision ne doit pas son pouvoir à un effet d'imposition qui irait du haut vers le bas, de l'émetteur vers les spectateurs comme un pouvoir transcendant, elle le doit donc à l'intérêt des spectateurs eux-mêmes. Elle le doit au moins à la croyance et dans certains cas, à l'usage avéré qu'elle peut être sollicitée par ses récepteurs pour régler des troubles dans leur espace immédiat. Cet espace peut aller de la querelle de voisinage, qui mobilise une équipe régionale de France 3, aux polémiques et à la quête de visibilité d'hommes publics ou de groupes de pression qui alimentent les talk-shows. La publicité elle-même ne doit sa survie qu'à un minimum de croyance des spectateurs *en* la croyance des annonceurs[3] *en* son efficacité pour régler leurs problèmes de marché.

Deleuze reprend justement l'expression de « service public » pour expliciter cette définition du pouvoir par son usage. Par exemple, la Bastille était un symbole de l'absolutisme royal, décrié et aboli à la Révolution. Pourtant, les lettres de cachet ne servaient pas tant à enfermer des opposants au pouvoir royal qu'à régler des problèmes familiaux : dénonciation d'un parent dispendieux, jalousies de voisinage… l'arbitraire permet de régler beaucoup de difficultés indépassables dans un cadre légaliste[4].

---

[1] *Surveiller et punir* page 148, *Foucault*, cité page 35.

[2] Au sens du *paradigme des effets* de Harold Laswell.

[3] Au point qu'en aparté, les publicitaires estiment ou du moins osent souvent la boutade, que les annonceurs n'investissent à la télévision que pour des raisons fiscales. De nombreux secteurs économiques n'ont investi la télévision, à ses débuts, qu'à la demande expresse de l'État. Cf. Chantal Duchet, texte de soutenance d'une Habilitation à diriger des recherches, Université Paris 3, 2004.

[4] On retrouve couramment en France cet usage du pouvoir dans le principe des lettres de dénonciation : voir Le Corbeau de Clouzot (1943) ou Le Viager de Pierre Tchernia (1972) pour l'illustration cinématographique de cette tradition, réactualisée aujourd'hui par rapport à la télévision et à Internet.

La notion de *service public de télévision*, constamment reprise et réaffirmée, est peut-être à prendre dans cette acception, indépendamment même de son statut commercial. La construction de vedettes à travers la télé-réalité renvoie également à la démonstration de son pouvoir. Ce processus a une histoire aussi longue que celle de la télévision, des télé-crochets aux reality-shows de type Perdu de vue[1] et aux divers jeux dont la finalité pour le candidat est de résoudre un problème direct dans son espace personnel[2].

Le fait pour des spectateurs de proposer leur participation en tant que témoins, candidats ou informateurs correspond certainement à cet usage qui est fait de la télévision par les spectateurs comme un *rapport de force avec la force*.

Les procédures les plus violentes que la télévision puisse mettre physiquement en œuvre ont encore pour fondement cette vérité que chacun doit pouvoir utiliser la télévision pour résoudre ses problèmes individuels. De même que la procédure d'aveu pouvait être remplacée par la condamnation par contumace (la fuite équivalant à l'aveu) ou entraîner la mort, cette procédure a aussi ses absents et ses drames à la télévision : refuser de témoigner, être enregistré à son insu, « flouté » ou en caméra cachée, ou simplement pour qu'un journaliste ou un présentateur témoigne de ce refus, cela fait pleinement partie de l'arsenal rhétorique de la télévision.

Débordements

La prétention à intervenir dans l'espace privé provoque donc aussi des drames, par exemple l'agression d'un ex-conjoint après la diffusion de l'émission Y a que la vérité qui compte[3] L'agresseur a été condamné, le 23 décembre 2005, à cinq ans de prison ferme par le tribunal correctionnel de Dunkerque (Nord) pour agression sexuelle, survenue 5 jours après la diffusion. Le procureur de la République Jean-Philippe Joubert a mis en cause l'émission diffusée par TF1, estimant que la jeune femme *n'avait pas voulu être la marchandise*

[1] Émission basée sur un principe d'appel à témoin, lancée en 1990, animée par Jacques Pradel.

[2] Voire, étape ultime censée résoudre tous les autres problèmes, d'intégrer l'institution télévisuelle (celle qui peut résoudre tous les problèmes). Jacques Martin, dans la déclinaison française d'Incroyable mais vrai, au début des années 80, est ainsi allé jusqu'à annoncer dans l'émission l'engagement par la chaîne d'un marginal collectionnant des postes de télévision dont l'ambition ultime et presque inavouée était d'intégrer cette institution, à la suite d'un reportage sur son appartement encombré par son hobby. Ce type de démonstration d'un pouvoir discrétionnaire rejoint pleinement la définition de Foucault.

[3] [C'è Posta Per Te] Loribel, émission enregistrée le 3 avril 2004 et diffusée le 3 mai sur TF1.

manipulée par ces gens de télévision qui, pour faire de l'audimat et de l'argent, doivent exposer le plus crûment la vie des gens et leurs problèmes [1]

En l'occurrence, c'est l'échec de l'émission à résoudre le problème individuel, si ce n'est amplifier son ridicule, qui aurait entraîné le passage à la violence. Les conséquences des émissions de Jacques Pradel ont pu entraîner, à leur moment, des polémiques proches, comme des problèmes de fausse dénonciation, à propos des profanations de sépultures à Carpentras, par exemple[2], ce qui illustrerait encore une fois cette utilisation instrumentale de télévision par les sujets, en fonction de leur intérêt.

Ces débordements peuvent être dénoncés par les chaînes concurrentes et contribuer à renforcer leur propre positionnement. L'émission 90 minutes de la rédaction de Canal Plus a ainsi présenté une enquête[3] auprès des victimes de la télé-réalité, le 28 février 2006, en particulier celles de l'émission Super Nanny, produite par Freamantle et diffusée sur M6 en 2005. Quatre familles auraient, en effet, demandé l'annulation des contrats cédant leurs droits à l'image et les liant pour dix ans à la production.

Comme l'explique Christelle, une des « personnes victimes » témoignant dans le reportage :

> *Super Nanny m'a présentée comme une mère ne s'occupant que de sa plus jeune fille et délaissant la plus âgée. D'ailleurs, à la suite de l'émission, mon ex-mari a proposé à ma fille aînée de venir vivre avec lui.*
>
> […] *Je ne soupçonnais pas l'impact d'une émission à 20 h 50.* [4]

Le reportage de Canal Plus présente des aspects peu cohérents. Ainsi, une des familles n'accepte de répondre à l'équipe de 90 minutes, qu'à la condition de filmer elle-même l'entrevue en parallèle, comme dans un film de Pierre Carles, semblant profondément traumatisée par son expérience télévisuelle. Pourtant, elle ne semblait pas s'être inquiétée précédemment des aspects curieux du tournage, alors que l'équipe demandait parfois aux parents, suivant le reportage de Canal Plus, de rester une journée à l'extérieur de la maison sans leurs enfants.

---

[1] AFP, 20 janvier 2005. La peine a été confirmée en appel le 26 octobre 2005.

[2] Témoins N°1 en 1996. La dénonciation des formes de l'émission a, en particulier, permis la promotion de Arrêt Sur Image de Daniel Schneidermann.

[3] « Les dommages collatéraux de la téléréalité », Virginie Roels.

[4] Propos reproduits dans TV Magazine du 14 février 2006.

Les poursuites judiciaires semblent elles-mêmes, dans ce cas, devoir buter sur une forme d'aporie : le contrat signé par les familles notifierait leur acceptation d'un scénario pré-établi, ce qui les empêcherait, par la suite, d'argumenter sur un éventuel détournement de leur image.

Il peut sembler assez étonnant que la télé-réalité puisse se définir juridiquement par des contacts impliquant le respect d'un scénario. Par ailleurs, pour L'Île de la tentation[1], les contrats de jeux liant des candidats à une société de production, ont pu être requalifiés en contrats de travail par les prud'hommes, suivant une décision qui pourrait faire jurisprudence[2].

L'intérêt des journalistes à l'égard de l'influence pratique des émissions de télévision sur la destinée des participants, a précédé les émissions de télé-réalité qui ont systématisé ce concept. Le magazine Entrevue avait par exemple enquêté sur une édition de 52 sur la Une consacrée aux hommes seuls, retrouvant quelques participants pour les interroger sur l'apport de l'émission dans leur vie, en particulier si elle les avait aidés à trouver une partenaire, et s'ils se reconnaissaient dans l'image qui avait été donnée d'eux[3].

Tous ces cas manifestent, très explicitement, des conflits d'intérêts entre participants et production, la télévision ne leur apportant pas l'impact attendu. Les sociétés de production usent, pour leur part, de définitions du droit contractuel qui peuvent ponctuellement impressionner des participants mais qui sont intenables juridiquement.

Cette question de l'impact se pose aussi dans le cas de caricatures. Guy Roux avait ainsi déclaré « depuis Les Guignols, au restaurant, les garçons osent à peine me présenter l'addition », en se plaignant de ce « vrai préjudice » causé par l'image d'avarice que lui donnait les Guignols, dans des sketchs récurrents sur la question du règlement de l'addition au restaurant. Lui-même attribuait cet acharnement à son encontre aux liens entre Canal et le PSG, alors qu'il dirigeait l'équipe d'Auxerre et qu'il avait été consultant pour TF1 lors de la coupe du monde[4].

La question de la fausse information a plus rarement été caractérisée à partir de faux messages attribués aux auditeurs : ce fut le cas le 1er décembre 2003, sur le plateau de On ne peut pas

[1] Glem, diffusion TF1.

[2] « L'île de la tentation, un boulot comme un autre » Libération du 9 décembre 2005, Isabelle Robert.

[3] Entrevue n°34 mai 1995 « vu à la télé » Guillaume Lonig.

[4] Entrevue n°23 juin 1994, entretien avec Patrick Olivier Meyer.

plaire à tout le monde (France 3), présentée par Marc-Olivier Fogiel : l'humoriste Dieudonné avait présenté une improvisation où il campait un extrémiste juif faisant le salut nazi ; la semaine suivante, l'émission affichait à l'écran parmi d'autres *sms* envoyés par des spectateurs : « Dieudo, ça te ferait rire si on faisait des sketches sur les odeurs des blacks ? Té tellement bête que ça me choque même plus ! » ; Or, le message avait été écrit par un collaborateur de l'émission, à la demande de sa hiérarchie, pour « compenser » l'antisémitisme dont Dieudonné aurait fait preuve. Fogiel, deux collaborateurs et Marc Tessier sont condamnés pour « injure à caractère racial », le 29 septembre 2005, par le tribunal correctionnel de Montpellier, jugement dont ils font appel. Dieudonné a, pour sa part, été relaxé le 30 juin 2004, des poursuites entamées par des associations luttant contre l'antisémitisme, après plusieurs séries de plaintes et d'appels[1].

Pourtant, dans les polémiques relayées par les médias, comme dans les attendus qui suivent parfois ces drames, ce n'est pas tellement l'usage fait par des individus de la télévision qui est dénoncé, ni le rapport singulier que propose la télévision en offrant ainsi ses services, mais surtout la « réification » des sujets en objets moteurs d'audience.

Polémiques et illégitimité de la télévision

« L'idéologie » de l'audience (au sens où elle demeure le critère extérieur de lisibilité de ses enjeux internes, sa légitimation en somme) permet, en quelque sorte, de masquer la complexité des usages qui peuvent en être faits, en ramenant sa position à une structure d'imposition hiérarchique, faisant apparaître les appareils répressifs de l'État d'autant plus légitimes et seuls capables de mettre fin aux effets, dans le réel, de son hégémonie sur les esprits. Les enjeux institutionnels recoupent, à ce titre, la question de l'énonciation du pouvoir, ce qui explique sans doute, pour une part, la prégnance de cette approche et son maintien malgré l'absence de démonstration évidente.

Ainsi, bien qu'il soit assez facile de montrer le caractère fallacieux ou tendancieux de nombre de reportages et d'émissions de plateau[2], la question de l'intérêt des faux informateurs est

[1] Fogiel a lui-même annoncé avoir abandonné sa plainte pour calmer la polémique après l'occupation de son plateau par des manifestants, voir *supra* page 105.

[2] Les relever deviendrait presque fastidieux, un genre littéraire semble même être né de la dénonciation des approximations télévisuelles. « Piéger » les journalistes ou les producteurs pour démontrer la facilité de l'opération est également une performance courante, voir par exemple l'expérience de faux témoin volontaire relatée par la journaliste Emmanuelle Anizon dans Télérama du 9 novembre 2005 : « y a que la vérité… si je mens ».

rarement posée : on met en cause l'absence de vérification de la part des journalistes, le manquement à leurs règles déontologiques, voire l'inanité d'une prétention à présenter des vérités frontales. Celle-ci peut également être démontée sur sa manière de présenter des vérités sous la forme du témoignage, comme des faits de vie et non des effets de construction[1].

Tromper la télévision est donc plutôt reçu dans l'espace public comme un exercice assez salutaire. Dans le pire des cas, cet exercice serait sous-entendu comme relevant d'un banal appétit de lucre, ou d'un besoin de visibilité relativement légitime, moins fautif, en tout cas, que l'appétit médiatique des gens de télévision qui auront accordé cette visibilité indûment, et sans se soucier de ses conséquences.

De la même façon que Foucault substitue à la corrélation loi-illégalité une corrélation plus fine illégalisme-lois, pourrait-on proposer, pour la télévision, une corrélation « illégistisme »-culture, « anti-télévision »-télévision ? La culture ne serait pas tant faite pour impressionner les pauvres que pour pouvoir être contournée suivant différentes formes de contrôle et d'exercice d'une domination ?

La signalétique, en posant comme avérés les effets de la télévision, et en les encadrant (une « télévision de droit », sur le modèle d'un « État de droit » ?) ; contribuerait d'abord à poser une représentation homogène comme modèle supposé du pouvoir médiatique.

Toute polémique à l'encontre des pouvoirs de la télévision, toute tentative d'instaurer des « télévisions libres » ne fait encore que naturaliser cet état, localisant le pouvoir dans la direction d'une chaîne ou d'un groupe de médias, ou plus subtilement, dans les règles de promotion interne des journalistes et des gens de télévision, du fait de leur pouvoir de rendre visible ou non une information ou un intervenant, ceci de façon plus ou moins avantageuse.

Si l'on dispose d'une masse énorme de jugements de valeur sur la télévision, et en particulier sur ses positions les plus discursives, la pratique qui en est faite par les spectateurs n'apparaît guère que dans certains écarts. Sans doute, faudrait-il soutenir qu'il n'y a pas forcément de *correspondance*, *d'isomorphisme* ou de *causalité directe* entre ces pratiques et ces discours, pour permettre « l'archéologie » des usages d'un pouvoir télévisuel par ceux qui sont censés

[1] Relever ces faits de construction constitue l'essentiel d'une émission comme Arrêt sur image par exemple.

le subir, de la même façon que Deleuze observe les positions respectives de *l'Archéologie du savoir* et *Surveiller et punir* dans l'analyse du pouvoir par Foucault.

Le code des échelles culturelles et des critères d'acceptabilité d'un énoncé dans l'espace public, est largement conscient et largement intégré par les acteurs et les spectateurs. Les jugements de valeur sur la télévision relèvent donc principalement d'une utilisation de la télévision pour mettre en avant ses propres positions discursives.

La télévision n'est précisément envisagée dans la littérature et le cinéma comme espace de pouvoir, que sous forme d'extension du *panoptique*, du grand frère qui nous regarde[1], de l'infraction, du mal-regarder (ou le refus d'être regardé), pouvant déclencher la répression. Elle n'est guère utilisée que comme métaphore du mode de pouvoir précédent, du régime de surveillance et d'enfermement, sans véritablement expliciter les particularités de ses nouveaux usages.

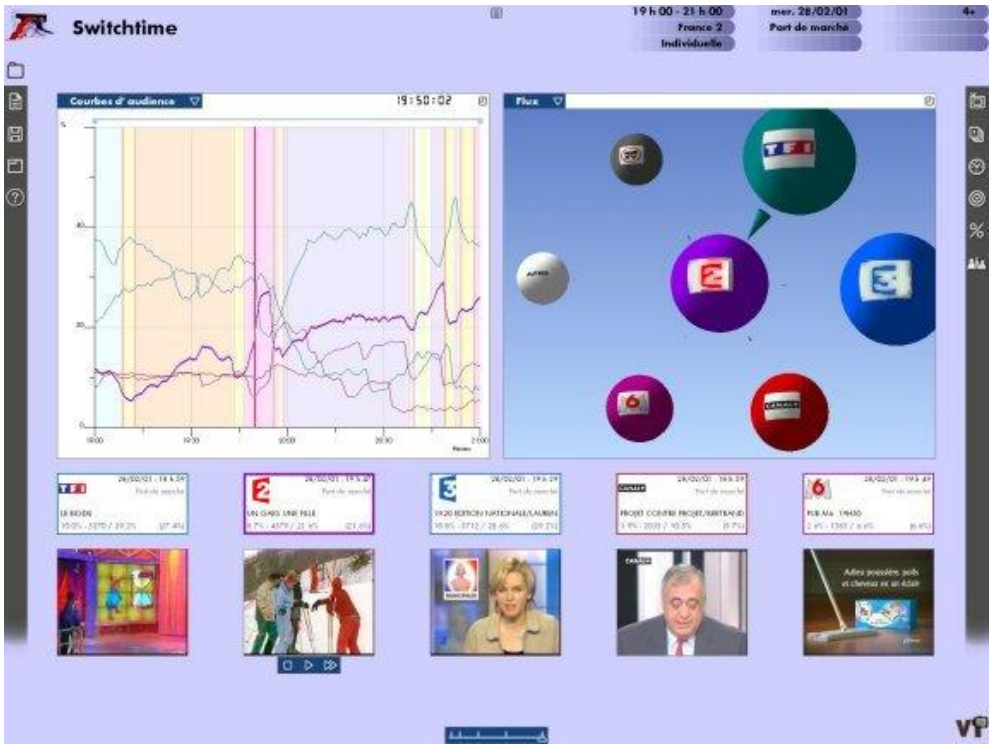
À travers cette métaphore, on maintient l'équation qui lierait la politique au secret, la sexualité au non-dit, quand bien même la télévision et les instances qui l'encadrent semblent ne jamais cesser d'en parler, de traquer partout traces de pouvoir, de violence, de racisme, de publicité, d'imposition idéologique, de sexe.

Régime de visibilité et régime d'énoncé

Ces jeux d'inversion entre le visible et l'invisible recouvrent un des traits fondamentaux de la télévision, peut-être le plus spécifique par rapport aux autres médias, l'invisibilité totale du spectateur. La lumière télévisuelle arrive dans chaque foyer, mais les spectateurs voient sans être vus, sans que l'on sache quelle chaîne ils regardent, et encore moins si leur position de réception correspond à ce que l'institution attendrait.

Cette absence a précisément pour corollaire la mise en place d'un métier, d'instituts chargés de faire apparaître cet invisible au moyen d'artefacts statistiques, de recueils de *verbatim*, de mise en scène graphique des « flux » de regards spectatoriels : une construction d'un « tangible » qui permet au marché de disposer d'une mesure de référence.

[1] Voir Orwell ou Brazil de Terry Gilliam d'après *1984*, 1985.



Switchtime, logiciel d'analyse des audiences développé par la société Peaktime.
Les « bulles » représentent les reports d'audience à partir des données Médiamétrie.

La télévision demeurerait de ce point de vue une sorte de panoptique inversé, au sens où rien ne permet de corroborer le fait que les téléspectateurs se sentent regardés : ce sont plutôt les médiateurs, journalistiques, sociaux ou politiques, qui anticipent le fait de penser et de vouloir être regardés par les téléspectateurs[1]. Or, il faut précédemment supposer un régime de fascination spécifique pour soutenir l'idée d'un « panoptique inversé »[2].

C'est par exemple avec ce jeu de présuppositions qu'a joué Fred Forest[3] dans sa vidéo-performance *La Photo du téléspectateur*, où l'artiste invitait les spectateurs à se placer face à leur écran pour qu'il puisse les photographier depuis le studio. Plusieurs auraient répondu en demandant leur photo.

[1] En tant que critère de promotion dans leur propre espace professionnel.

[2] Position soutenue par Etienne Allemand, *Pouvoir et télévision*, Anthropos, Paris 1980.

[3] Emission *Vidéographie* R.T.B. (radio télévision belge) 13 novembre 1976.

Fred Forest, La Photo du spectateur, 1976

Pour clôturer une émission de quarante minutes que lui consacre Jean-Paul Trefois sur la R.T.B, l'artiste réalise une performance en direct. Cadré en gros plan à l'image et s'adressant aux téléspectateurs, Fred Forest développe un discours et prétend que les avancées récentes de la technologie permettent aujourd'hui de photographier le téléspectateur chez lui… depuis la télévision.

L'artiste simule alors le rôle du photographe, propose aux téléspectateurs intéressés de participer à l'expérience de s'asseoir très exactement à 1 mètre 20 de leur téléviseur, de se déplacer légèrement sur la droite, puis sur la gauche, pour se trouver dans l'angle de visée adéquat, de sourire enfin ; et surtout de ne plus bouger !

Après un long travelling avant, le réalisateur cadre en gros plan sur l'appareil photographique dont Fred Forest s'est saisi. Une seconde de suspens !

Voilà la photo est prise. Plus de 300 personnes écriront au secrétariat de l'émission pour réclamer leur photo…[1]

[1] Site personnel de l'artiste
http://www.webnetmuseum.org/html/fr/expo_retr_fredforest/actions/19_fr.htm#text .

Vœux présidentiels 2006, détournement [1]

Photomontage diffusé sur Internet début janvier 2006. Cette satire fait notamment référence aux chiffres d'intentions de votes inférieurs au seuil d'erreur statistique dont est crédité le président fin 2005 tout en retournant les présupposés du « panoptique inversé », alors que Jacques Chirac appelle justement à l'investissement des « forces vives de la nation » dans la « révolution numérique ».

Le spectateur et son modèle

Cette fascination a peut-être à voir avec une forme d'hédonisme ou d'érotisme, liée à une forme de pulsion scopique, comment le suggérait André Bazin[2].

> *Nul doute en effet que la conscience de la simultanéité de l'existence de l'objet et de notre perception ne soit au principe du plaisir spécifique de la télévision : le seul que*

[1] Retranscription des vœux officiels page 474.

[2] « Pour contribuer à une érotologie de la télévision », *Cahiers du cinéma* n° 42, décembre 1954.
Cité notamment par François Jost dans « La promesse des genres », Réseaux n°81, CNET 1997.

> *le cinéma ne puisse nous offrir. Il n'y a pas de raison que cette conscience ne serve pas l'émotion érotique. On voit bien que notre sentiment n'est pas le même, devant, mettons, l'image d'une femme nue sur un écran de cinéma et le reflet de cette femme réelle retransmis par un jeu de glaces.*

François Jost voit dans la remarque de Bazin l'analyse d'un contrat exhibitionniste, dont la définition renvoie au fait que les cadres habituels de transmission et de réception puissent être dépassés et à une indétermination plus ou moins explicite et attendue :

> *[…] Les téléspectateurs américains qui eurent la bonne fortune de ne pas cligner des yeux au moment précis où craqua accidentellement la bretelle d'une robe découvrant un sein en gros plan au cours d'une émission en direct connurent un instant spécifique de télévision érotique : le temps d'un sein nu entre deux changements de caméra.*

Il remarquait que si ces images fugaces pouvaient émoustiller le téléspectateur en 1954, elles seraient sans doute bien banales aujourd'hui. Or, elles n'en déclenchent pas moins des scandales et des interventions réglementaires.

Janet Jackson avait peut-être cet article à l'esprit, quand elle découvrit brièvement son sein droit[1] sur CBS devant 90 millions de spectateurs, au cours de la mi-temps du Superbowl, lors d'un duo avec Justin Timberlacke le 1er février 2004, après que celui-ci ait tiré sur son haut en cuir en chantant « I'll get you naked ». Cet incident aurait entraîné plus de recherches d'image et d'information sur Internet qu'aucun autre événement comparable : d'après les statistiques de recherche du moteur Lycos, l'attentat du 11 septembre aurait suscité un intérêt légèrement moindre, l'élection présidentielle américaine de 2000 un intérêt trois fois moindre, la destruction de la navette spatiale Colombia le 1er février 2003, cinq fois moindre, les vidéos explicites de Paris Hilton, soixante fois moindre.

L'événement a été réitéré par Sophie Marceau le 13 mai 2005, à Cannes au moment de monter les marches du palais du cinéma sous les regards de la foule, des photographes et des cameramen, sans provoquer d'effet particulier, si ce n'est celui de faire louer son humour et son naturel[2].

---

[1] Le bijou en forme de soleil qui le recouvre partiellement est devenu un 'produit dérivé' à succès sur E-bay.

[2] LCI. La diffusion des images sur le site de la chaîne est accompagnée d'un forum.

Janet Jackson et Sophie Marceau, 2004, 2005

Dans le cas de Janet Jackson, le principe de *costume reveal* faisait *a priori* partie de sa campagne de promotion, dans la continuité de sa propre posture de chanteuse passée d'une figure de jeune fille timide à celle d'une sorte de *vamp* ou d'amazone, les seins cachés par les mains de son mari en couverture de Rolling Stone en 1993, pour la promotion de Janet, en cuir avec un anneau sur le sein en une de Vibe pour la promotion de Velvet Rope, ou seulement couverte d'un léger drap sur la pochette de All of You.

L'événement semble avoir choqué la National Football League, des membres du Congrès américains[1], le Television Council et la Traditional Values Coalition, au point qu'il a été question de renforcer les normes de contrôle et de censure en matière de retransmissions d'évènements télévisés[2], par exemple en systématisant le principe d'un léger différé permis par les technologies numériques. Les protagonistes de cette affaire ont pourtant présenté des

[1] *Le sénateur américain, Zell Miller, a proposé un projet de loi voulant qu'une station de télévision ou de radio diffusant des images ou des propos indécents soit condamnée à payer une amende de 25 cents pour chaque téléspectateur ou auditeur ayant suivi l'émission incriminée. […] Une autre proposition du congressiste du Michigan Fred Upton voudrait faire passer l'amende maximale actuelle de 27 500 dollars à 275 000 dollars.*
Toutelatele.com « Une loi pour définitivement cacher le sein de Janet Jackson ? » mars 2004.
Le montant de l'amende est multiplié par le nombre de stations (27 500 par 20).

[2] *La Chambre américaine des Représentants s'est prononcée mercredi (16 février) par 389 voix contre 38 pour un projet de loi portant à 500.000 dollars les amendes dont pourraient être passibles les chaînes dépassant les limites de la décence à la télévision.*

Le texte demande aussi à la Commission fédérale des communications d'envisager l'annulation de la licence du contrevenant après trois infractions. Actuellement, le maximum encouru est de 32.500 dollars. Il est interdit de diffuser des spectacles indécents, sauf en fin de soirée quand les enfants sont peu susceptibles de regarder la télévision. Cette interdiction ne s'applique pas aux chaînes diffusées exclusivement par le câble ou par satellite. L'an dernier, la Chambre et le Sénat n'ont pu se mettre d'accord sur un texte de compromis relevant les amendes. Le Sénat a approuvé cette année un texte relevant les amendes encourues à 325.000 dollars par incident et à un maximum de trois millions de dollars pour des infractions répétées. Il ne prévoit pas en revanche d'annulation de la licence. La Chambre et le Sénat devront se mettre d'accord sur un texte commun avant de le soumettre au président George Bush. Plusieurs associations familiales ont réclamé une législation plus stricte à la suite d'incidents récents, et notamment du sein brièvement dévoilé par la chanteuse Janet Jackson au cours du spectacle donné à la mi-temps de l'édition 2004 du Super Bowl. Reuters 3 mars 2005.

excuses formelles aux spectateurs américains et assuré que rien n'était intentionnel. La FFC (Commission fédérale des communications, autorité de contrôle américaine) a cependant annoncé vouloir infliger une amende de 550 000 dollars à CBS pour violation des règlements de la décence : elle aurait reçu plus 540 000 plaintes[1].

Il est indiscutablement frappant que l'impact d'évènements aussi brefs et anodins en eux-mêmes soit décuplé par la possibilité pour le spectateur de revenir sur l'image grâce aux procédés d'enregistrement. La recherche d'images et d'extraits vidéo sur Internet, de façon légale ou illégale (par téléchargement de pair à pair) offre encore de nouvelles possibilités de revisionnement et prolonge cette pulsion (magnéto)scopique. Les *set-up boxes* et les enregistreurs vidéo à disque dur intégré permettent même de revenir en arrière sans avoir eu à déclencher l'enregistrement au préalable, certains modèles pouvant enregistrer en permanence les chaînes sélectionnées. Cet aspect a, en particulier, été mis en avant pour leur promotion. Les modems proposés par les câblo-opérateurs intègrent de plus en plus systématiquement ces fonctions d'enregistrement[2]. Cette *légère analepse* constituerait le pendant spectatoriel du *léger différé* utilisé par les chaînes pour s'assurer que leur signal n'encourt aucune critique en terme de décence ; la technologie employée est, en effet, la même de part et d'autre de la chaîne de communication numérisée.

Entre les images

Face à ces questions de décence, l'enjeu est bien, pour les hommes politiques, comme on le retrouve dans toutes les surenchères démagogiques sur ces affaires, de montrer qu'ils ont conscience des spectateurs derrière l'écran, qu'il y a bien quelqu'un qui regarde, et qui, peut-être, les regarde.

Le succès de Vidéo-Gag[3] tiendrait de la même façon au plaisir de l'affirmation du pouvoir du spectateur, qui est éventuellement aussi un filmeur amateur, comme dernier énonciateur de la chaîne de communication, comme le proposait François Jost[4] :

---

[1] L'Expansion 23 septembre 2004 « 550 000 dollars. L'amende infligée à CBS pour l'affaire du sein dénudé de Janet Jackson ».

[2] Noos propose par exemple sa « digital box », permettant de conserver jusqu'à 40 heures de programmes pour « 1 euro par mois » suivant ses offres promotionnelles au 1er janvier 2006. CF. Flyer Noos Multishop 01/06.

[3] La question de la dépossession de l'énonciateur et du mépris vis à vis du sujet filmé a également été évoquée par Roger Odin dans son analyse de l'émission, Journée d'étude de la sérialité, Université Paris 3, 16 juin 2005.

[4] Dans Réseaux, article cité.

> *Le plaisir du téléspectateur est de s'affranchir du contrat qui fonde la participation de l'acteur au spectacle par une possession totale de l'image de celui ou de celle qui ne se donne que sous certaines conditions du « live ». Cette pulsion va bien au-delà du contenu érotique de l'image : qu'il s'agisse de se repasser à l'envi un accident de Formule 1 ou un plongeon, le geste du spectateur est de dissocier le spectacle-objet du spectacle enregistré et reproduit à sa demande. D'y voir ce qui devait être, par définition, invisible : la décomposition du mouvement ou la nudité d'un corps, voire, dans le pire des cas, un jeune enfant qui tombe de sa chaise.*

Forum, *blogs* et détournements constituent autant de remises en circulation permises par Internet des « ré-énoncés » spectatoriels. Des sites Internet ont même pour objet l'échange de cassettes d'enregistrement d'émissions anciennes. Les parlements, les instances de contrôle et les tribunaux ne deviennent eux-mêmes, dans ces cas, que d'autres instances de ré-énonciation de la télévision.

La presse a également un rôle dans cette fonction d'énonciation des images entre les images[1], par exemple le magazine justement dénommé Entrevue[2] pour avoir, entre autres, publié la transcription de l'entretien impromptu entre Mougeotte et Léotard, à l'origine du film Pas Vu Pas Pris de Pierre Carles[3]. Les refus de diffusion opposés à Pierre Carles l'ont précisément amené à diffuser ses films dans des circuits parallèles, festivals ou rencontres-débats, avant de parvenir à mettre en place une distribution en salle cinéma et une distribution vidéo. Les difficultés de diffusion et de production du programme ont donné le titre d'une lettre de presse militante consacrée principalement aux médias, « Pour Lire Pas Lu », en référence à l'association de soutien à sa diffusion « Pour Voir Pas Vu ».

L'emballage de l'édition vidéo du film fait ainsi ironiquement référence aux critiques qu'il a subies, plutôt qu'aux louanges qui accompagnent généralement les éditions vidéo :

> *Il y aura des spectateurs alléchés. Comme par un film porno… Mais à force de regarder par les trous de serrure, on finit toujours par se retrouver avec des coups de*

---

[1] Aspects développés dans une contribution au séminaire INA sous la direction de Chantal Duchet « La Mise en abyme de la télévision », travaux non publiés, décembre 1994.

[2] Publié par Thierry Ardisson sous le titre Interview en référence au magazine fondé en 1969 par Andy Warhol, changé en Entrevue à partir du numéro 16 à la suite d'un procès sur les droits du titre.

[3] Document vidéo, 85', CP Productions 1998.

pied au cul. C'est ce qui menace Pierre Carles… Françoise Giroud, Le Nouvel Observateur.

Ce que j'ai souhaité, c'est ne pas souiller l'antenne de Canal Plus avec un document malhonnête et illégal car c'est dans la provocation gratuite, la manipulation malhonnête, la diffamation et l'illégalité assumée que sont nés le fascisme et le nazisme dans l'Europe des années vingt. Alain de Greef, Canal Plus.

Le magazine a publié à plusieurs reprises ces « zappings pirates », des communications entre intervenants, précédant la prise d'antenne lors d'un duplex. La plupart ont un intérêt plus anecdotique que politique : il s'agit principalement d'échanges d'histoires drôles ou de remarques grivoises[1]. Ce principe rappelle curieusement un des procédés expérimentés par Frappat, présentant à un invité les moments « off » de préparation de l'émission enregistrés à son insu et commentant ses réactions. Il constituerait une sorte de « modalisation » *a posteriori*, par remise en cause des effets de théâtralisation de la télévision[2], ce qui peut être aussi une stratégie d'énonciation ou de construction d'une posture de vérité : voir les effets de « hors-micro », le « bien entendu c'est off »[3] dont usent les hommes politiques et les journalistes.

Entrevue

Le magazine Entrevue est surtout connu pour la diffusion d'images « dérobées », mais moins par l'indiscrétion d'un photographe que par une certaine sagacité dans le visionnement des images de télévision. Le magazine a ainsi publié les photogrammes de Mallaury Nataf[4] dansant sans culotte alors qu'elle chantait « Les Filles c'est très compliqué » dans le Jacky Show[5] du club Dorothée, après la diffusion de la séquence sur le Zapping de Canal Plus. Cette

---

[1] Par exemple dans le n°36 de juillet 1995 Bernard Tapie avant un entretien avec Daniel Bilalian le 11 juin 1995 à 23h, dans le n°25 d'août 1994 lors de la « world cup » entre Dallas et TF1 Boulogne, Roger Zabel vs Thierry Roland et Jean-Michel Larqué.

[2] Voir schéma page 103.

[3] Titre d'un ouvrage de Daniel Carton *Bien entendu c'est off : ce que les journalistes politiques ne vous racontent jamais* Albin Michel, Paris 2003.

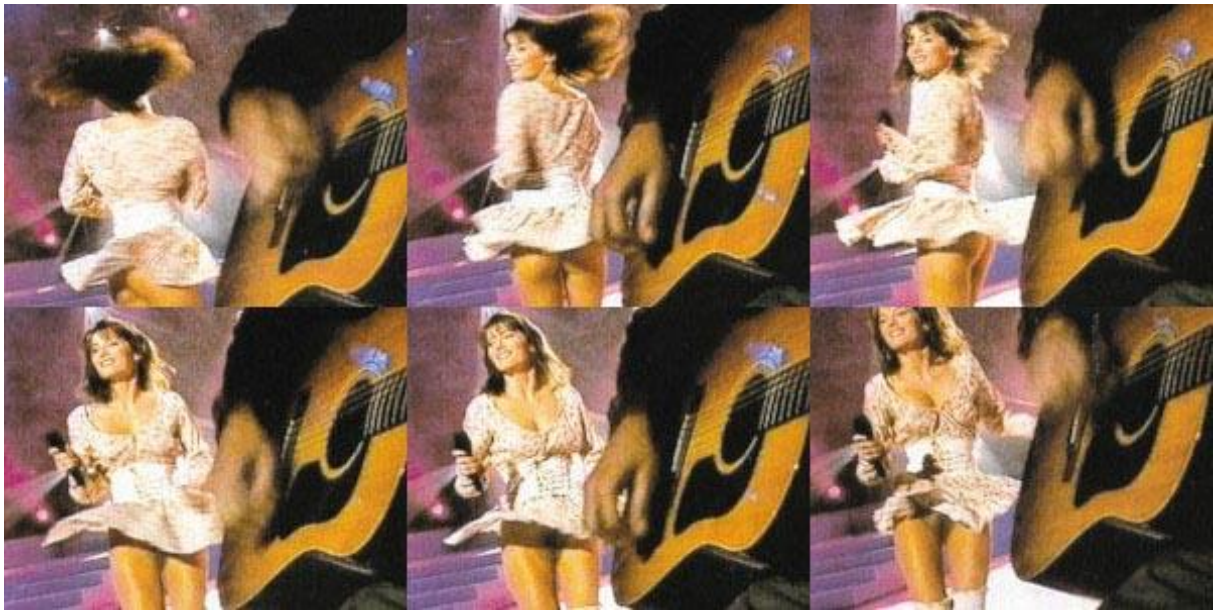
[4] Elle avait été engagée en 1992 par Claude Berdat et Jean-Luc Azoulay pour interpréter le rôle de Lola dans la sit-com Le Miel et les Abeilles, interrompue en 1994 peu de temps après la publication des images, qui avaient aussi amené l'hebdomadaire parodique Info du Monde à proposer cette explication préservant sa décence : « Elle portait une culotte en fourrure». Elle a depuis participé à l'émission La Ferme 2 en 2005 sur TF1.

Rappelons que les sit-com AB manifesteraient, suivant Louis Skorecki, une esthétique télévisuelle issue des *gags* de Bresson et Rohmer devenue prédominante à la télévision. Voir « Prophète à son insu » Libération du 22 décembre 1999, article publié à la suite du décès du cinéaste Robert Bresson.

[5] Émission du 21 mai 1994, programme diffusé le samedi matin à destination de la jeunesse.

émission avait elle-même formalisé ce principe de revisionnement des images à la télévision. Elle donne lieu à une rubrique régulière dans le magazine depuis janvier 2004[1], avec indication des horaires de diffusion à la télévision et possibilité d'écouter en Audiotel certains extraits inédits, par exemple l'intégralité de la conversation entre Mougeotte et Léotard. Le jeu entre censure et voyeurisme produirait un effet de « divergence » qualifiant d'autres médias pour publier les images ou les discours cachés à la télévision.

Ce magazine anticipe ainsi un espace de diffusion d'images ou d'informations « censurées » qui sera ensuite investi par Internet. Il constitue rétrospectivement une étonnante somme de tous les débordements et de toutes ces images entre les images de la télévision et de leurs conditions d'acceptabilité.



Mallaury Nataf, 1994

L'absence de dessous vestimentaires, dans des apparitions télévisées et en particulier dans les sit-com, a constitué une des thématiques les plus récurrentes du magazine[2], prolongeant des

[1] Numéro 18.

[2] N°24 juillet 1994 « chez Dorothée, Mallaury n'a pas de culotte » interview de Jacky par Philippe Cochet (émission du 21 mai 1994, samedi matin).

N°25 août 1994 « Mallaury Nataf : nouvelle révélation » : Ariel Wiezman (France Inter) confirme qu'elle n'en portait pas quand il l'interviewait ; Désiré, un acteur de la série du Miel et des abeilles ferait du porno *hard*.

N°28 novembre 1994 « Chez Dorothée les sans culotte ça continue » : les actrices des Musclés.

N°40 novembre 1995 « Après Mallaury Nataf Vanessa Demouy sans culotte » (Classse Manequin, M6)

articles sur les parodies érotiques des ces productions[1], jusqu'à faire de cette topique une marque de fabrique reprise dans ses slogans publicitaires : « découvrez chaque mois dans Entrevue les dessous de la chanson. Quand elle en a ».

Cette thématique n'est pas exclusivement télévisuelle : on la retrouve, par exemple, à propos d'une apparition Sharon Stone dans Basic Instinct de Paul Verhoven[2] : elle explique qu'elle aurait retiré sa culotte à la demande du cinéaste pour éviter un reflet sur la caméra, découvrant lors de la première projection privée que l'on voyait qu'elle n'en portait pas. Le film serait resté « 9 mois devant la commission de censure » à cause de ces images. Ce type d'interview recoupe de nombreuses enquêtes illustrées sur les films érotiques tournés par des célébrités dans leur jeunesse. Cet aspect anticipe également le principe de la diffusion, par Internet, de documents vidéo sur la vie sexuelle de célébrités : ainsi, le magazine a fait la promotion de la cassette de la nuit de noce de Tonya Harding[3].

Une interview d'une jeune femme, « Leila »[4], agressée et dénudée par la foule en Somalie, alors qu'elle était filmée par des journalistes, constitue quasiment une métaphore de ce phénomène de circulation généralisée des images entre les images. Dans l'entretien, accompagné de photogrammes de la scène diffusée dans les journaux télévisés, elle déclare ainsi :

- *Tant que l'on* [n'] *aura pas brûlé cette cassette vidéo, ma honte ne sera pas lavée*
- *Mais il n'y a* [pas] *qu'une seule cassette. Elle a été reproduite à des centaines d'exemplaires dans plusieurs pays.*
- *(elle me regarde… elle ne comprend pas).*

N°41 décembre 1995 « Après Nataf et Vanessa Demouy, Patricia Elig » Les Filles d'à côté diffusé sur TF1 le 6 novembre 1995 à 17h55. L'éditorial reprend la transcription d'un entretien entre Michel Denisot et Vanessa Demouy illustré des photos litigieuses de Classe mannequin dans lequel elle déclare ne pas connaître le magazine, tout en menaçant de l'attaquer en justice et en déplorant l'existence de « ces gens qui se disent journalistes ».

[1] N°21 avril 1994 « Hélène et les cochons » à propos de Elen et les cochones de Gil Viennet / J'amour productions (production pornographique) et de Caroline et les copains sitcom érotique diffusée dans Sexy zap le vendredi soir sur M6 à 23h55.

[2] N°11 juin 1993. Entretien recueilli par Darla Waters à l'occasion de la sortie vidéo du film : il s'agit vraisemblablement d'un entretien promotionnel omnibus.

[3] Document vidéo présenté comme filmé par son mari, éditions Concorde 1994.

[4] N°7 27 février 1993 Interview avec RTL « La femme lynchée de Mogadiscio », reportage diffusé le 14 décembre 1992 durant les journaux télévisés.

Guy Debord citera également ces images dans Guy Debord, son Art et son Temps[1], parmi d'autres extraits représentatifs de ce qu'il définit comme l'obscénité télévisuelle.

La thématique des images dérobées peut se doubler, dans le magazine Entrevue, d'une dénonciation des manipulations opérées par les médias concurrents, télévision et Internet. La dénonciation des *hoax* ou des rumeurs volontaires et des images truquées de stars nues (ce qui permet néanmoins de les montrer)[2] prolonge la dénonciation traditionnelle des bidonnages télévisés[3].

Son deuxième numéro présentait une enquête, sur le thème de l'influence des médias sur la vie des personnes devenues célèbres, grâce à eux en l'espace d'un instant. Elle était consacrée à Myriam Lazlo[4], mannequin photographié par Jean François Jonvelle pour Avenir, campagne « l'afficheur qui tient ses promesses », sur un concept de Joël Le Berre et Pierre Berville, douze ans auparavant[5].

Cette image pourrait constituer l'exact contrepoint des jeux entre censure et voyeurisme qui semblent récurrents dans l'usage, la qualification et la réglementation des médias.

Il ne s'agit ni d'une image volée, ni d'une image censurée, ni même d'une image qui aurait donné lieu à des polémiques sur son acceptabilité entraînant une évolution réglementaire. Il s'agit encore moins d'une image infraliminaire impliquant une vision au ralenti sur un magnétoscope et un arrêt sur image. Cette image a été diffusée au grand jour sous forme d'affiches grand format sur tous les murs de France[6], et largement reprise dans la presse. Il s'agissait, pour ses concepteurs, de lutter contre l'image négative de la publicité, en tenant pour une fois ses promesses, et de prendre position contre les féministes et leur intention

---

[1] Document vidéo cité *infra*, co-réalisé avec Brigitte Cornand, 1994.

[2] N°35 juin 1995. « Internet : info ou intox : les photos nues de Cindy Crowford et Naomi Campbelle c'était totalement bidon », interview de Mark Tarnowsky par Laurent Sarfati.

[3] Par exemple dans le n°29 de décembre 1994 à propos d'une photographie d'intégristes en banlieue présentée dans État d'urgence par Jean-Marie Cavada le 18 octobre 1994 : ces jeunes gens auraient en fait été filmés pour la Marche du siècle en mai 1993, et la barbe maladroitement ajoutée à l'aide d'un logiciel de retouche d'image de type Photoshop.

[4] Interview n°2 septembre 1992 « Myriam » Patrick Amory. Suivant l'interview, elle était par ailleurs la compagne de Jonvelle et son principal modèle sur cette période. Ne supportant plus cette célébrité, elle serait ensuite devenue serveuse à Porto, au Portugal, après une retraite bouddhiste. En s'investira dans les années 2000 dans des projets culturels au Portugal en tant que danseuse et chorégraphe, spécialiste des danses tziganes et égyptiennes.
Voir son site personnel : http://www.danzaduende.org/ http://www.geocities.com/laparrala/ .

[5] Agence CLM / BBDO, campagne lancée en septembre 1981.

[6] Suivant l'article cité *supra*, l'affichage devait être limité initialement à Paris ou aux principaux centres urbains.

d'interdire la représentation du nu féminin, alors que le renforcement de cet interdit ne ferait, selon eux, que renforcer le champ de la pornographie.

Myriam, 1981

Philippe Michel, Président Directeur Général de l'agence CLM / BBDO à Paris, s'en est ainsi expliqué, dans un entretien accordé le 30 Mai 1988 à Jean-Marc Lehu et repris dans sa thèse[1]. Nous en reproduisons ces extraits pour leur vertu de manifeste par rapport aux conditions d'impact de ces images :

> *La scène se passait en 1981, au moment délicieux où l'on n'avait pas le droit de jouer avec l'utopie socialiste-féministe et le juridictionisme que Gisèle Halimi et Yvette Roudi s'apprêtaient à appliquer. Il y avait des textes de loi qui interdisaient aux publicitaires de se servir de leur corps.*
>
> *(…) Nous voulions jouer avec les gens, jouer d'eux, de leur représentation mentale, et en particulier de la connaissance qu'ils avaient de la publicité, qui jamais ne faisait ce*

[1] Jean-Marc Lehu « Origines et modes d'utilisation des célébrités par la publicité », sous la direction de Pierre Grégory, thèse de sciences de gestion – spécialisation marketing, soutenue le 29 janvier 1993, Université Paris I Panthéon Sorbonne.
Version électronique disponible sur :
http://www.glamspeak.com/pdf/open.cfm/Th%E8se%20stars%20et%20publicit%E9%20-%20jml%20-%20Glamour%20Speaker%202005.pdf .

qu'elle disait. Il fallait par conséquent leur apprendre que la publicité allait faire ce qu'elle avait dit, entre le 1er Septembre j'enlève le haut *et le 4 Septembre* j'enlève le bas, *elle avait vraiment enlevé le haut ! Donc elle avait appris qu'elle allait continuer et cette fois-ci au grand dam du spectateur. Puisque personne n'avait imaginé la manière, le retournement de situation, à laquelle la publicité se livre toujours pour ne jamais dire cette chose triste qui s'appelle la vérité. Réussir là où l'on croyait que l'on allait échouer. Là, où les gens attendaient des poils, ils ont eu des fesses !*

(...) On avait choisi avant la jeune fille, la posture : droit devant, les mains sur les hanches, devant un fond bleu, la mer. Pourquoi les mains sur les hanches et face à la caméra, parce que jamais un mannequin ou une posture érotique ne se met comme ça, on visse *dans ces cas là. On met les hanches de travers et les épaules dans un autre angle, et depuis les Egyptiens, on a rien trouvé d'autre que de* visser *le corps pour le rendre attirant, jusqu'au mec qui se regarde dans la glace... Nous avons donc décidé de ne pas visser et au contraire de regarder carrément. C'était la posture de cette fille qui d'emblée disait : "Je me moque de vous, mais gentiment".*

(...) Elle regardait bien l'objectif : "Je vais enlever le haut... Je le fais. Maintenant, je vais enlever le bas... Bande de cochons, vous ne me croyez pas, eh bien voilà ! je vous ai bien eu. Messieurs Dames au revoir et à bientôt".

(...) Je voulais montrer à Gisèle Halimi que leur corps ne nous intéressait pas [le corps érotisé des femmes *pulpeuses* à destination des publics masculins], *ce qui nous intéressait, c'était le corps de la femme normale, qui vit très bien dans sa peau, et si bien qu'elle peut se mettre nue sans choquer quiconque. (...) Donc prétendre que la nudité du corps féminin est une insulte à ce même corps, c'est outrepasser largement ses droits, et c'est même suspect. C'est lui créer une valeur, un mystère, c'est le tchador avant la lettre, c'est revendiquer la couverture d'un objet de pêché, puisqu'il faut le cacher. Alors je le montre et tout va bien merci !*

Le fait d'avoir fait appel à Jonvelle, alors que le concept laissait déjà peu de place à l'interprétation, renforce encore l'idée que ces images relèvent de l'affirmation d'un postulat plastique. Il s'agit peut-être de revenir aux « fondements de la vision plastique de la renaissance pour les inventorier avant de les détruire »[1] comme pouvait l'exprimer Pierre Francastel à propos de Degas : la croyance en « l'unité mesurable de l'espace et des choses » tend à se dissoudre en des formes aux qualités spatiales autonomes. Comme les images

[1] Pierre Francastel *Peinture et société, Œuvres complètes I* Denoël, Paris 1997 (1951) p. 182.

successives de Degas des danseuses montant un escalier, l'affiche propose plusieurs états de la représentation du corps, peut-être plusieurs états de la civilisation à travers la mise en scène d'espaces engagés temporellement sans être forcément conjoints. La télévision et Internet tendraient de plus en plus à construire des espaces ainsi distendus pour être ensuite condensés en quelques images clefs, indéfiniment reproduites.

Edgar Degas, Danseuses montant un escalier, vers 1880, musée d'Orsay

En condensant ainsi la problématique de l'évolution des médias, des codes de représentations, et du marketing, l'affiche de Jonvelle occupe une place toute particulière dans l'histoire de la communication et, peut-être, dans l'histoire de l'art.

Les photographies de ce type font par ailleurs couramment la couverture des magazines féminins, sans scandale particulier, bien que les modèles aient des postures plus « vissées ». La couverture de Elle de mars 2003, présentant Emmanuelle Béart photographiée par Sylvie Lancrenon, a été reprise sur des affiches et des dos de kiosques, elle a été abondamment commentée dans les médias et a contribué à une des meilleures ventes du magazine[1], témoignant de l'impact de ces postures.

[1] *Le numéro 2992 de* Elle *« spécial beauté » publié lundi 5 mai avec Emmanuelle Béart en couverture a été vendu à 400 000 exemplaires (Le Monde daté 11-12 mai). Il s'agit de chiffres de vente exceptionnels, selon la direction de l'hebdomadaire. En 2002,* Elle *a connu une diffusion moyenne de 313 572 exemplaires selon l'organisme Diffusion-Contrôle*. Le Monde du 21 mai 2003.

Elle, mai 2003 et mars 2006

L'hebdomadaire Stratégie[1] rendra compte de cette « une » comme d'un des évènements forts de l'année :

> *En mai 2003, il se déroule un événement qui laisse les Français sous le choc. Ou plutôt sous le charme. Impériale sur tous les dos de kiosques de France et de Navarre, Emmanuelle Béart plonge dans l'océan une silhouette callipyge, un string noué dans les cheveux. Il ne s'agit pas de l'affiche d'un nouveau film à succès mais bien de la une du magazine* Elle. *Le résultat ? Une campagne de presse digne d'un block-buster : dessins de Plantu, article du* Monde, *page de* Libération, *chroniques presse et radio à l'infini. En peu de jours, les quelque 182 000 exemplaires mis en kiosques sont complètement épuisés. Constat des marchands de journaux : ce fameux 5 mai, une bonne partie des acheteuses d'*Elle *se sont muées... en acheteurs.*

Valérie Toranian, directrice de la rédaction de Elle était effectivement revenue sur ce phénomène dans le Monde[2] :

---

[1] Stratégies n°1307 du 18/12/2003.

[2] « Emmanuelle Béart enflamme la *une* de Elle » Le Monde du 11 mai 2003 Bénédicte Mathieu.

> *Je pense que ce numéro a été bien reçu parce qu'Emmanuelle Béart incarne une vraie image de femme, féminine, assumée, décomplexée, sensuelle, ce sont des photos d'une femme de 37 ans, qui n'ont pas été retouchées. C'est elle, ce sont ses formes.*

Emmanuelle Béart est ensuite revenue elle-même sur les conditions de prise de vue de ces photos[1] dans Paris-Match, en mai 2003.

> *Contrairement à ce qu'on pourrait croire, cette photo ne s'est pas faite du simple désir d'être nue. Elle est née d'une situation et d'un endroit très particulier, l'île Maurice. Alors que j'y séjournais pour faire des photos, un matin, vers 6 heures, en me réveillant, j'ai demandé à être tranquille et à me baigner. Je ressentais le besoin de me purifier.*
>
> Elle poursuit : *Sur la plage, j'ai attaché mes cheveux avec, si vous y regardez de près vous le remarquerez, ma culotte transformée en chouchou, et je suis entrée dans l'eau en contemplant l'horizon. La photographe m'a demandé de la fixer, ne serait-ce qu'une fois, je lui ai dit non. Paradoxalement, cette photo est née de l'envie qu'on me fiche la paix.*

Entre ombre et lumière, les corps ne se dévoilent donc pas qu'entre des images interstitielles.

Ils témoignent d'un rapport très particulier au temps et à la reproduction, aussi bien de l'instant du corps que de l'œuvre.

Le principe même des « monotypes », développé par Degas, illustre à la façon d'un oxymore l'utilisation paradoxale d'un moyen de reproduction mécanique pour intégrer la dimension corporelle de la création dans un procédé technique de duplication[2].

Les jeux de trame (carrelages, vitrages, lambris) qu'utilise souvent Jonvelle peuvent d'autre part évoquer les effets de cadres de la Renaissance[3] ou les échelles orthométriques qu'utiliseront, ensuite, les premiers photographes du mouvement pour la figuration scientifique de leurs sujets.

---

[1] Galerie complète sur un site personnel consacré à l'actrice : http://emmanuelle-beart.actricesdefrance.net/ebgal_elle_2992.html .

[2] Voir par exemple Dominique Fourcade *Le Sujet monotype* Pol, Paris 1997, et également *Edgar Degas photographe*, ouvrage collectif, BNF, Paris 1999.

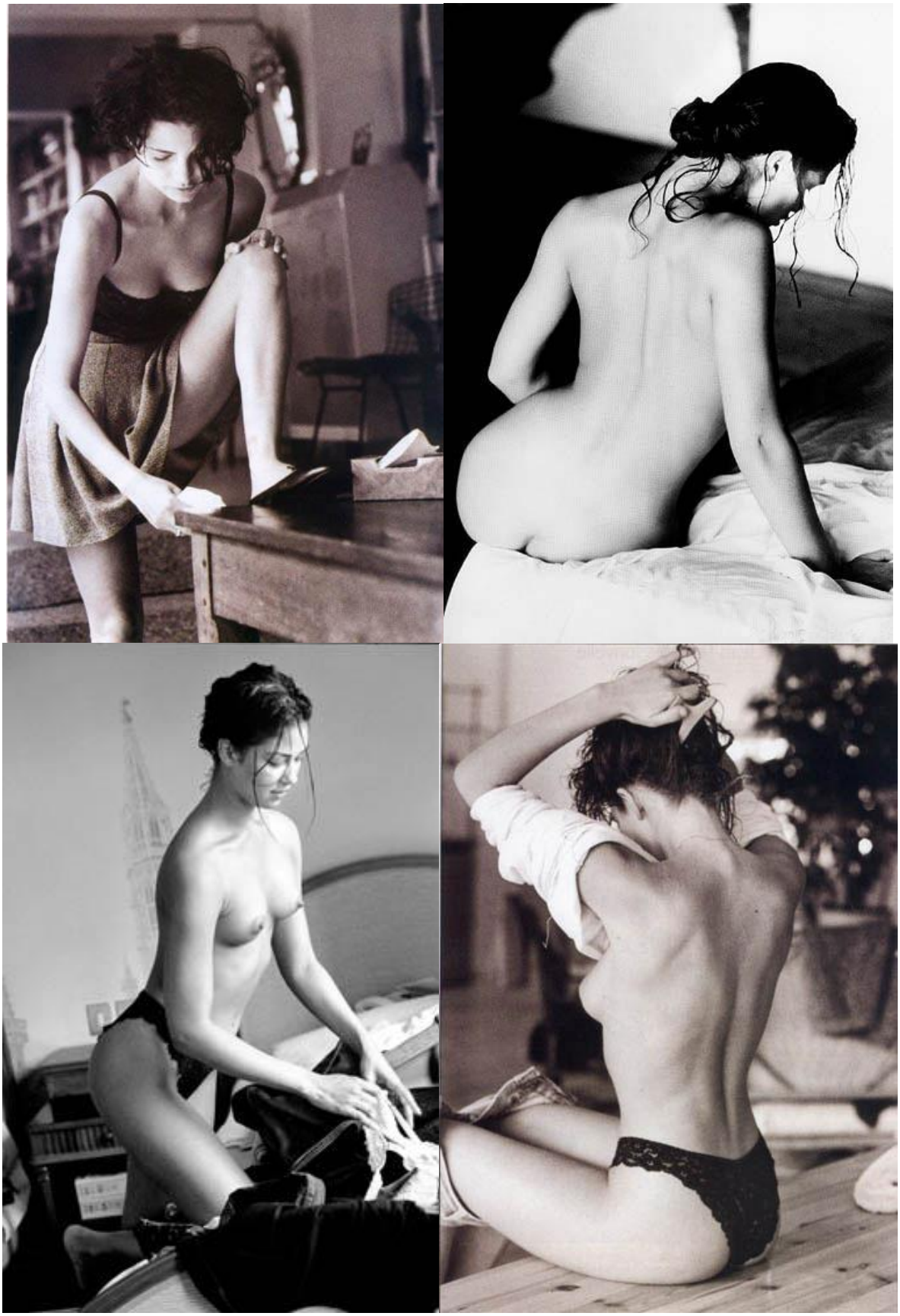
[3] Voir page 256, Dürer, et page 469, Muybridge et Marey.

De Degas à Jonvelle

Photographies de Degas (vers 1895) et Jonvelle (vers 1981)

Femme se coiffant, 1886, L'Ermitage

Devant le miroir, 1885, Kunsthalle, Hambourg



Travaux de Jonvelle

Autour des images

L'impact des images de la chanteuse Mallaury Nataf dans la mémoire collective lui aura permis de faire son retour à la télévision dans une émission de télé-réalité, après qu'Internet, en permettant leur très large diffusion, ait contribué à maintenir sa notoriété. Elle avait donc précédé les phénomènes de convergence que Loft Story exploitera systématiquement, constituant, suivant Thomas Valentin, alors directeur des programmes de la chaîne[1], « le premier programme créant de la convergence entre les médias », par l'association de la télévision généraliste, du satellite, d'Internet, des *chats*, de l'audiotel, de la presse et des *sms*, en fonction de leurs moyens propres.

Il faut ajouter à cela les produits dérivés, en particulier les participants eux-mêmes. Les télé-crochets de type Pop Idol permettront de rationaliser ces produits en les liant à l'édition musicale. Dans le cas Nataf, le produit musical a précédé la télé-réalité. Néanmoins, les jeunes fans avaient vraiment eu quelque chose à voir, au point que, dix ans après, ils s'en souviennent encore.

Or, si la télé-réalité capitalise cette attente d'une image à voir, elle n'en montre guère, du moins en France. Thomas Valentin exposait ainsi les choix qui avaient présidé à l'adaptation de Big Brother[2] par Métropole Télévision : faire avec Loft Story un programme qui convient à toute la famille, en s'inspirant de l'univers de Friends. Pour éviter tout problème[3], le programme devait éviter de citer des marques (pour ne pas être accusé de publicité clandestine), ne pas citer de personnalités (pour éviter tout risque de procès en diffamation), ne pas parler de politique, de racisme, d'alcool, etc. C'est donc un programme « plein de vide », au point que l'on a pu parler « du pouvoir d'attraction du néant »[4] : tout ce qui reste quand on a retiré tout ce qui ne pouvait pas être évoqué sans risque juridique dans l'espace public, ce sont les aspects relationnels qui composent le programme.

---

[1] Présentation de l'émission par Thomas Valentin lors de la séance du 5 avril 2002 du séminaire Temps, Médias et Société, coordonné par Isabelle Veyrat Masson, Centre d'histoire de Science Po, présentée par Dominique Mehl : « Le Phénomène Loft Story ».

Voir également Loft Paradoxe de Jean-Jacques Beineix, vidéo, 80 minutes, Cargo Films / Arte 2002.

[2] Concept du groupe Endemol. La production d'émission de télé-réalité est depuis presque totalement intégrée sur M6, par le biais de Fremantle, division production du groupe Bertelsmann.

[3] D'autant que Métropole Télévision s'apprête, à ce moment, à demander le renouvellement de sa concession au CSA.

[4] Vincent Cespedes dans Loft Paradoxe. Auteur de *I Loft you*, Mille et Une Nuit, Paris 2001.

Cette dimension relationnelle est dramatisée par l'attente d'une image volée qui filtrerait malgré tout, suivant donc une modalité classique de suspens. Le direct et la multiplication des caméras ainsi que la diffusion sur deux flux parallèles par le satellite et Internet, peuvent être vus comme une forme de mise en péril volontaire de la chaîne pour augmenter le suspens, comme un trapéziste qui annonce un saut sans filet.

On dispose donc d'un système de personnages, plus un récit qui correspond aux séries de récits de leurs relations, et au récit de leur volonté d'utiliser ceux-ci pour imposer leur notoriété. Il s'y ajoute une technique de dramatisation induite par le suspens de voir si une image digne de censure sera malgré tout diffusée. Ce principe nous semble être, en lui-même, une mise en abyme des principes de construction du récit télévisuel : dans le sport, les principes de récit et de dramatisation sont identiques (*voir schéma suivant*[1]).

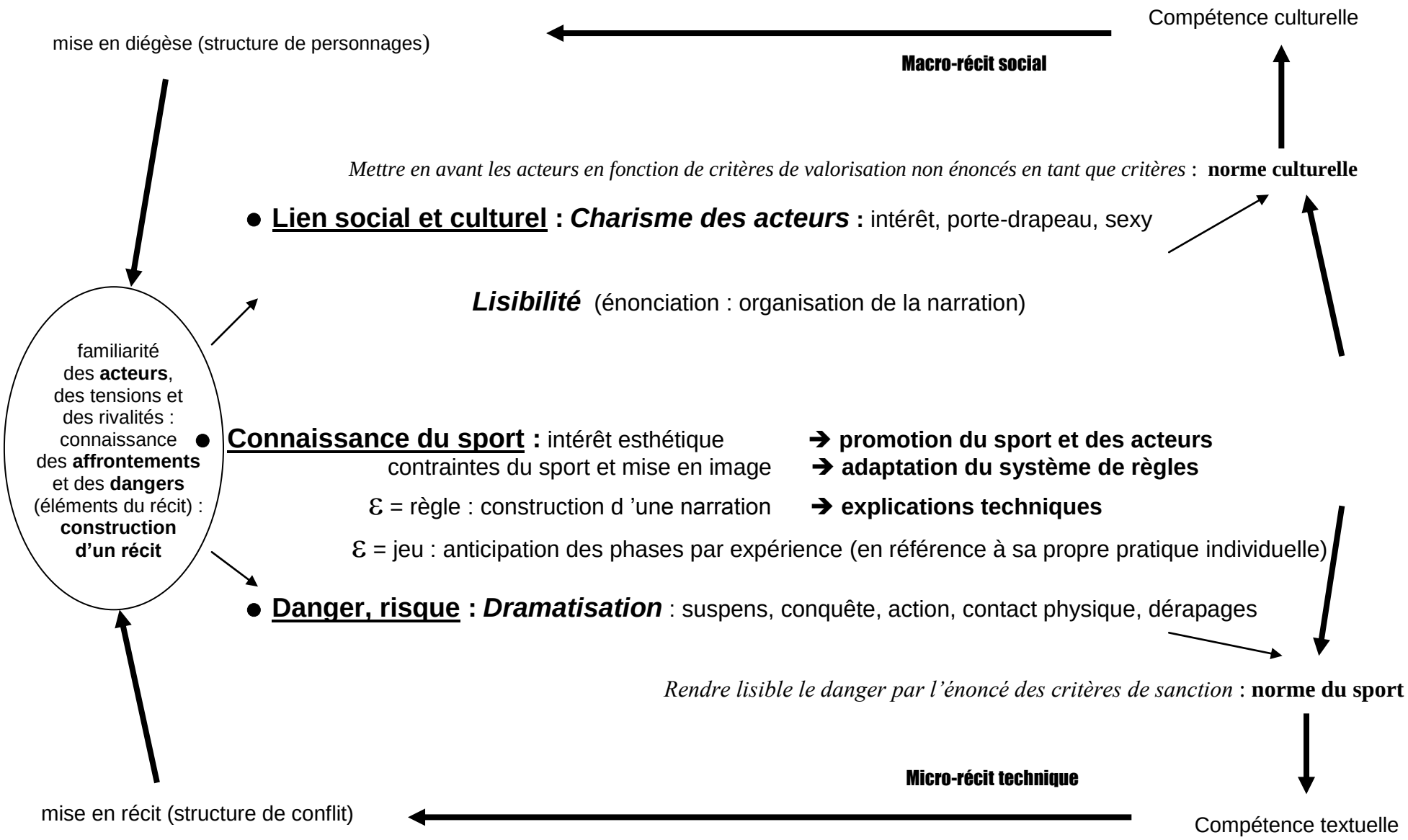
Il y avait pourtant, de l'aveu même du directeur des programmes, matière à réflexion sur les codes et la véracité des représentations télévisuelles. En effet, les résumés quotidiens, remontés pour constituer de courts récits cohérents, racontaient une histoire différente de celle que pouvaient suivre en direct les spectateurs du flux. Or, cette différence a été comprise comme une source de manipulation : si les mêmes images peuvent donner des histoires différentes, c'est que *la vérité est ailleurs*[2]. On a entendu X-Files alors que c'était du Chris Marker[3] ; ou au moins du Andy Wharol.

---

[1] D'après une représentation graphique de Laurence Chausson, « sur les différentes manières de rendre les spectacles sportifs plus attractifs, en particulier dans le cas de sports peu connus » dans le cadre des études marketing d'Eurosport, communication présentée lors du colloque « Montrer le sport : photographie, cinéma, télévision », organisé les 18 et 19 mars 1999 par l'Iconothèque dans le cadre des Entretiens de l'Insep.
Actes coordonnés par Laurent Véray et Pierre Simmonet, Cahiers de l'Insep, Paris 2000.

[2] « The truth is out there », « accroche » de la série créée par Chris Carter.

[3] Chris Marker avait notamment initié le procédé dans ses Lettres de Sibérie, 62 minutes, 1957. La Même séquence filmée d'une ville de Sibérie y est présentée avec trois commentaires différents, l'un apologétique vis à vis du régime soviétique, l'un neutre, l'un critique et dénonciateur.



L'attractivité des sports à la TV comme mise en jeu de compétences pour la lecture d'un **méso-récit sportif**

Cette proposition est à comparer au principe suivant lequel la réalité montrée en gros plan constituerait un modèle de vérité, proposé par Debord comme un des traits de définition de la *société du spectacle*[1], ou à l'idée d'obscène avancée par Baudrillard[2] :

> *Pas besoin d'entrer dans le double virtuel de la réalité, nous y sommes déjà – l'univers télévisuel n'est qu'un détail holographique de la réalité globale. Jusque dans notre existence la plus quotidienne, nous sommes déjà en situation de réalité expérimentale. Et c'est là que vient la fascination par immersion et par interactivité spontanée.*
>
> […] *On est au-delà du panoptique, de la visibilité comme source de pouvoir et de contrôle. Il ne s'agit plus de les rendre visibles à un œil extérieur, mais de les rendre transparentes à elles-mêmes, par perfusion du contrôle dans la masse, et en effaçant du coup les traces de l'opération.*
>
> […] *Inutile de nous voiler la face, notre curiosité pour les images est avant tout d'ordre sexuel – tout ce qu'on y cherche c'est finalement le sexe, et tout particulièrement le sexe féminin. C'est là non seulement l'origine du monde, mais l'origine de toutes les images.*
>
> […] *Plus de séduction, plus de désir, plus même de jouissance, tout est là dans la répétition innombrable, dans une accumulation ou la quantité se méfie par dessus tout de la qualité.*

Mais peut-on dire du spectateur, dans sa position de dernier ré-énonciateur, qu'il n'est qu'un voyeur, ou qu'il utilise la télévision uniquement comme un accessoire pour élaborer ses propres discours dans son espace, suivant une démarche proche, en définitive, de celle d'un artiste composant avec l'histoire de l'art et avec les images qui l'entourent, pour élaborer ses propres propositions plastiques ?

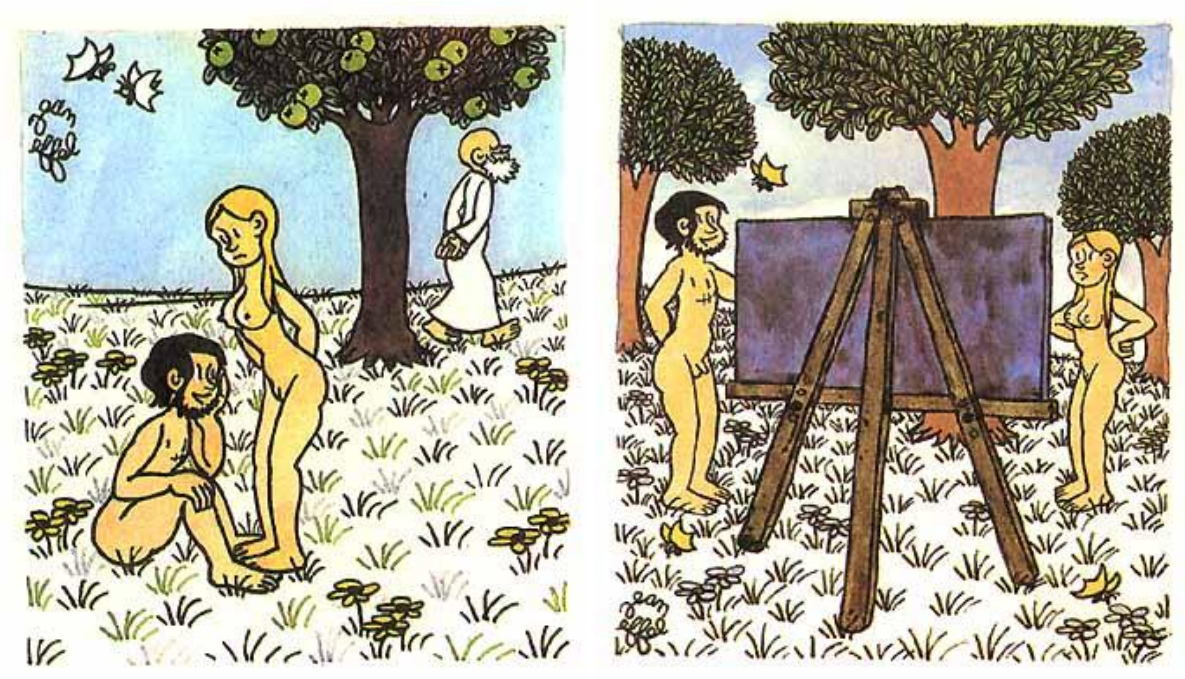
---

[1] Guy Debord, son Art et son Temps, 1994, vidéo, 60 minutes, co-réalisé avec Brigitte Cornand, diffusé sur Canal Plus le 9 janvier 1995.
La Société du Spectacle, 1973, film, 90 minutes.
Réfutation de tous les Jugements tant élogieux qu'hostiles qui ont été jusqu'ici portés sur le film La Société du spectacle, 1975, film, 22 minutes.

[2] Libération du 29 mai 2001 : « L'élevage de poussière. L'obscénité radicale de Loft Story ou de Catherine Millet est encore un voile », par Jean Baudrillard.

Ainsi, en se campant lui-même en train de contempler l'Origine du monde face à sa collaboratrice et modèle, le peintre et photographe Anton Solomoukha (illustration page suivante[1]) nous invite à chercher dans l'art la réalité à la laquelle on voudrait que la télévision prétende. « Loin de toutes les polémiques, l'art sublime la relation humaine, le fantasme s'oppose au reality-schow », reprend-t-il[2].

Tout en prolongeant la question abordée précédemment de la représentation de dieu sous forme de caricature, on peut voir chez Jean Effel une réflexion sur l'origine du monde assez analogue quant à l'incidence du sexe comme motivation de la représentation, s'inscrivant elle-même dans la longue lignée de la thématique de l'artiste et de son modèle tout en en donnant malicieusement le prototype :



Jean Effel, La Vie amoureuse d'Adam et Eve
Réné Julliard, Paris 1981

[1] Galerie virtuelle de l'artiste : http://www.artsoloma.com .

[2] Plaquette de présentation de l'artiste, 2004.

I FUCK YOUR TV

Une émission sans écran

Anton Solomoukha, I Fuck your TV, une émission sans écran

Gallerie Barletta, Paris, novembre 2004.

Le pouvoir de désigner ce qu'Internet désignerait

Il est possible que cet étrange passif de la télévision comme panoptique fantasmé motive les tentatives de mise en place de contrôle de l'usager d'Internet. Si l'enjeu d'un pouvoir devient de *gérer la vie*, participer à la gestion d'Internet reviendrait à être reconnu comme une instance de pouvoir, ce qui renvoie au *pouvoir de désigner*. La question peut être étendue à tous les lieux de visibilité : la rue, l'école, en terme de visibilité des signes religieux. Que ce problème se pose principalement dans des lieux censés parler au nom de l'État, en particulier au nom de l'État comme service (services éducatifs, sociaux), montre bien qu'il s'agit d'abord d'un problème d'énonciation.

Réussir à être considéré comme une instance dont il faut tenir compte dans la détermination de l'acceptabilité des usages, des pratiques et des énoncés dont la visibilité est autorisée, c'est aussi, pour une association ou un lobby, accéder à un niveau supérieur de visibilité et de reconnaissance, tant interne qu'externe.

Pour reprendre l'analyse de Foucault en terme de visibilité des énoncés, force est de constater que tous les énoncés les plus inacceptables, en terme de racisme, d'incitation à la haine, à la violence, de violence sexuelle, de violence envers les enfants, n'ont jamais fait l'objet d'autant de discours, de définition, de cadrage légal, de rapports, d'articles et d'expertises. C'est un effet paradoxal de ces discours qui, pour en interdire d'autres, doivent énoncer ce qui est censuré.

Il semble y avoir une sorte de consensus politique pour rétablir dans le cas d'Internet une figure de panoptique qui n'existait pour la télévision que de façon fantasmatique. Le contrôle a priori des énoncés étant beaucoup plus difficile (tout usager peut devenir émetteur avec une accessibilité mondiale), la question devient de permettre une surveillance permanente de ces énoncés par un encouragement à la délation, une responsabilisation juridique des fournisseurs d'accès et un enregistrement des données de connexion, permettant même un panoptique rétrospectif.

Un label, « Net + sûr » est ainsi promu par le gouvernement, à la suite d'une charte signée en 2004 avec les fournisseurs d'accès, pour préciser les conditions d'engagement de leur responsabilité. Le ministre a noté qu'on « ne pouvait mettre un policier derrière chaque

internaute », encourageant la mise en place de systèmes de dénonciation des abus par les usagers[1].

> *En coopération avec ses homologues du réseau Inhope, l'Association des fournisseurs d'accès (AFA) a mis à disposition un site, www.pointdecontact.net, pour informer et traiter "les signalements d'abus", selon Marie-Christine Levet, la présidente de l'association. Sur le site, derrière l'onglet "Signalez-le", on trouve un formulaire permettant de dénoncer anonymement des propos tenus par des tiers sur des forums de discussions, par e-mail ou sur des sites Web. Mme Levet a précisé que ce site recevait quelque 4 000 visiteurs par jour et avait déjà transmis "neuf cents signalements" aux autorités policières, sans pouvoir néanmoins donner plus de précisions sur les suites données à ces dénonciations.*

On ne peut manquer d'être frappé par l'inversion des lieux de contrôle qui apparaît à la comparaison de la télévision et d'Internet : le contrôle de la télévision ne peut passer que par le contrôle de l'offre, celui d'Internet par le contrôle de l'usage, spontanément *déviant*. Or, s'il est extrêmement difficile de contrôler la diffusion de fichiers numériques (le coût de reproduction est infime), chaque usage, chaque connexion laisse des traces, pouvant certes être utilisées de façon policière, mais plus simplement pouvant fournir un référent fiable de l'audience, à l'inverse de la télévision. La fiabilité peut être discutée, les audiences augmentées artificiellement : rien de comparable néanmoins entre la conjecture d'une audience télévisuelle et l'enregistrement des statistiques de fréquentation d'un site web, bien que des moyens artificiels permettent d'en améliorer la visibilité en utilisant les failles des moteurs d'indexation[2].

Un usage indu dont même les enseignants se font l'écho, le coupé-collé dans des devoirs scolaires ou universitaires pratiqué par lycéens ou étudiants, est ainsi très facilement vérifiable (sans compter la sagacité du correcteur) par simple recherche de mots clefs, voire à l'aide de logiciels spécialisés.

---

[1] *Le Monde* daté du 8 février 2005, « Dénoncer pour un Internet plus net », Eric Nunès, à la suite des déclarations du ministre de l'industrie, Patrick Devedjian, lors du lancement de ce label.

[2] Voir page 147.

La modalisation des médias

Les discours sur les médias ont donc eu pour caractéristique, et peut-être pour fonction, d'intégrer l'inconnue spectatorielle dans un système cohérent. Les propositions réglementaires que nous venons d'examiner en seraient l'équivalent politique : elles investissent un certain nombre de valeurs dans l'espace social et alimentent ainsi les polémiques que nous venons de décrire, beaucoup plus qu'elles n'en assurent la régulation.

Nous avons en effet remarqué que les prospectives d'évolution des médias, leur critique et leur réglementation avaient des aspects répétitifs, récurrents, et, pourrait-on dire, sériels.

Comme nous l'avons vu, chaque changement de gouvernement entraîne, en France, la rédaction d'un nouveau rapport sur la violence à la télévision, sur la réglementation d'Internet ou sur le respect des missions du service public, ainsi qu'un changement des dirigeants des télévisions et de nouvelles pressions sur les instances de régulation ; de telles occurrences peuvent amener à voir dans la réglementation de la télévision un rituel, au sens fort du terme, plus qu'une volonté de régulation basée sur des considérations rationnelles.

Le terme « Internet » semble largement commutable avec celui de télévision : il fournit simplement un objet plus « neuf » pour l'investissement des mêmes valeurs. Or, il est d'autant plus important d'identifier cet aspect, qu'Internet peut correspondre à une inversion du système de fonctionnement du marché des biens culturels. L'investissement de ces valeurs permettrait, si l'on suit, par exemple, les discours des syndicats de producteurs ou des sociétés d'auteurs, de défendre aux niveaux politiques, législatifs et réglementaires, des positions statutaires qui, en tant que telles, ne dépendaient que des conditions d'un marché, devenues peut-être caduques.

Parler ou écrire sur la télévision et les médias, dans un cadre politique aussi bien que privé, permet donc d'affirmer des valeurs. Pas une affirmation abstraite ou simplement déclarative, mais un investissement d'un sujet sur un objet que l'on pourrait, peut-être, analyser comme un parcours modal[1] greimassien[2].

La télévision n'est pas tant objet de taxinomies (la décrire) que d'axiologies (l'investir de valeurs). La formalisation sémiotique peut permettre d'établir des catégories susceptibles

---

[1] Nous faisons ici un usage greimassien du terme modal, différent de l'emploi que nous en faisons pour décrire les formes d'inscription énonciatives du dispositif dans les émissions de télévision (où *modal* est opposé à *théâtral*).

[2] A. J. Greimas *Du Sens II*, Essais sémiotiques, Seuil, Paris 1983.

d'objectiver ces discours, en prenant précisément en compte la « grammaire des passions » que susciterait la télévision.

Ainsi, nous pouvons envisager le lexème « télévision », principalement, en tant qu'effet de sens d'un dispositif modal.

On peut considérer que la télévision est l'objet d'un investissement sémantique particulier, spécifié par des restrictions particulières.

Ces charges sémantiques des discours canoniques sur la télévision peuvent être présentées sous forme de couples de contradictions en fonction de connotations *thymiques*[1] propres, suivant que l'on considère, par exemple, des investissements d'ordre financier, culturel, politique ou déontologique : nous essaierons justement de préciser les limites de ces oppositions doxatiques.

- Gratuit / payant
- Divertissant / culturel
    - L'opposition haute culture / basse culture naturaliserait dans une question « d'attrait » une opposition qui relève aussi d'un système de prorogation des hiérarchies sociales[2] : le propre de quelqu'un de cultivé sera justement d'affirmer trouver la culture divertissante.
- Libre / interdit (ou) autorisé / censuré
- Intérêt de tous (énonciataires) / intérêts particuliers (énonciateurs)

Dimension proprioceptive corrélée :

- Relaxation / travail
- Facilité / difficulté
- Désengagement / implication

D'où :

- Aliénation / émancipation
- Lien social / symbolisation individuelle
    - L'opposition entre construction du lien social et refus de l'emprise collective de la télévision correspondrait donc à une opposition

[1] Catégories « primaires », proprioceptives, telles que /euphorie/ VS /disphorie/ .

[2] Schéma page 96.

entre les objectifs normatifs exposés par exemple par Wolton, et les objectifs poétiques ou révolutionnaires de Debord, exprimés dans l'idée d'une forme cinématographique qui pousse à l'action.

Ou

- Plaisir de l'émancipation individuelle / déplaisir quand on prend conscience d'une manipulation collective

Ce qui, exprimé sous forme de structure modale, et en admettant l'occurrence de ces termes dans les discours publics, pourrait donner le carré suivant :

information	culture
×	
divertissement	manipulation

Le sens donné, attribué à la télévision, apparaît nettement déterminé socialement en fonction de connotations propres aux différents agents, ce qui apparaît par exemple à l'analyse des courriers de spectateurs en fonction du lectorat des magazines de programmes.

La télévision serait donc essentiellement un objet de conversion de valeur, permettant d'articuler, à un niveau social visible et acceptable, des catégories sous jacentes qui relèveraient de leurs croyances ou de leurs positions sociales. Les sujets se construisent ainsi comme agents sociaux dans leur relation à la télévision, en accédant à une forme d'existence sémiotique particulière, liée à l'actualisation de catégories de jugement déjà effectives.

Ce processus relèverait, en termes modaux, de structures sémio-narratives de surface, où l'on retrouverait donc des catégories typologiques et des structures actantielles. Celles-ci sont liées en l'occurrence à la relation pragmatique des commentateurs du média au média (énoncés de faire, persuasifs ou interprétatifs), pour autant que l'on considère les discours de l'espace public ou de l'espace professionnel télévisuel comme autant d'éléments d'un parcours actanciel (la télévision est elle-même actant de l'énoncé d'état). Or, l'espace social, dans sa réflexivité discursive, se présente comme un ensemble d'énoncés cohérents, de l'ordre du récit. Cette réflexivité est définie par les champs culturels ainsi articulés et les canaux de

transmission des signifiants[1], à propos de la télévision, dans l'espace public et parfois sur le média lui-même.

Le jeu des polémiques et des controverses en constitue le moteur « narratif » : le lieu, le rythme narratif et sa dynamique provoqueraient ou non l'adhésion des téléspectateurs.
La télévision est donc l'objet de discours visant à des niveaux d'objectivité différents, tout en remplissant des fonctions complémentaires en fonction de sous-canaux particuliers auxquels correspondent des méta-langages différents.

Ainsi un courrier de spectateurs, publié dans la presse quotidienne, n'a évidemment pas le même statut qu'un article universitaire ; un universitaire sera cependant amené, pour être entendu, à intervenir dans la presse, voire à la télévision. Le même courrier de spectateur sera peut-être pris dans le corpus d'une étude savante. L'espace public se construit en accumulant des « acquis » modaux, bien qu'ils puissent provenir aussi bien de lieux de savoir que de lieux de pouvoir (en incluant dans les lieux de pouvoir les dénonciations et les critiques appelant à un agir) ou de conviction. L'espace public n'est en soit qu'un lieu virtuel (un *univers de discours*), les instances d'énonciation qui l'occupent se situant dans un espace fait des discours antérieurs et des discours concurrents.

Postuler la cohérence de l'ensemble des discours sur la télévision permet alors d'observer des régularités et des constantes, indépendantes des cadres d'énonciation particuliers, dès lors que l'on observe des processus d'affectation de valeur. Mais la télévision relève-t-elle bien de *grilles de lecture sociales connotatives* ? Ces gilles contribuent indiscutablement à faciliter les échanges sociaux qui la prennent pour objet ou pour prétexte.

Distinguer ces processus peut permettre de réaffirmer les catégories sensibles de l'activité du spectateur, une fois précisées les contraintes structurelles du récit social qui les rendent opaques au sujet lui-même. Raconter une émission, « narrer » la télévision, peut permettre de produire de nouveaux objets conceptuels, autant que d'affirmer sa position sociale, ses goûts ou ses ambitions de faire, et / ou de se faire valoir.

Mais, si la télévision est un lieu qui permet, aussi bien l'actualisation de valeurs politiques et sociales que l'affirmation de qualités modales particulières des sujets, peut-être n'était-il pas totalement artificiel d'y voir une sorte de lieu mythique où réception et discours remplissent des fonctions rituelles efficientes, indépendamment de la réalité du faire.

---

[1] Cf. Greimas *op. cit*. p. 14.

Les tentatives d'intégration économique des médias et des télécommunications doivent peut-être leur échec initial à l'oubli de cette fonction, qui est, en effet, assez différente des modalités définies par la notion d'industrie culturelle, quand celle-ci revient à envisager les programmes audiovisuels comme des biens dont la circulation serait régie par les règles classiques d'un marché de services. La dématérialisation, nous l'avons souligné, implique un marché de la « rematérialisation ».

Les tentatives de diversification réussies, à travers le merchandising par exemple, utilisent au maximum ce ressort mythique, en donnant à chaque spectateur la possibilité d'accéder à des objets rituels supérieurs (qui peuvent être de l'ordre d'un moyen incantatoire ou déclamatoire, tel que voter par téléphone ou envoyer un *sms*). La part financière, ainsi dépensée et reversée en partie à la télévision, permet la poursuite des célébrations, suivant un modèle économique viable, tout en préservant le principe de gratuité de la cérémonie : le consommateur devient offreur lui-même, du moins offreur d'une obole volontaire.

La catégorisation de la télévision en terme de *trop* (trop de violence, trop de démagogie dans l'anticipation de la demande) ou de *trop peu* (trop peu de culture, trop peu d'offre) pourrait également relever de la forme de la rationalité mythique[1]. Ce type de catégories actualise une norme et une mesure, sans jamais l'expliciter, celle-ci servant de support idéologique et d'alibi tant à ses détracteurs qu'à ses acteurs.

La télévision occupe plusieurs fonctions dans la « tripartition »[2] des déterminations du système normatif à laquelle nous avons référé, tout en conservant une dimension d'autant plus magique que le financement reste occulte et qu'elle relève des deux premières fonctions. Elle peut, certes, être directement pourvoyeuse de biens, par le biais du télé-achat[3]. Sa capacité à proposer des services permettant d'accéder à des biens demeure cependant limitée : chaînes d'aide à l'emploi, par exemple. Par contre, la télévision est bien un objet magique d'une certaine efficacité si le service relève de l'omniscience ou de la prévisibilité : la météo n'est

[1] En référence à Claude Levi-Strauss.

[2] Il est assez amusant d'observer qu'elles recoupent les attributs sociaux de l'idéologie indo-européenne proposée par Georges Dumézil. Voir notamment *Mythe et épopée*, Gallimard, Paris 1968.

[3] Il faut également prendre en compte le *pay-per-view* ou le *video on demand*.

pas toujours très exacte, mais elle vise bien à remplir cette fonction[1] ; une émission de télé-réalité emploie peut-être ce ressort avec plus de réussite. La publicité demeure un haut lieu de qualification symbolique des objets.

La télévision ne serait alors qu'un ailleurs qui médiatiserait le rapport du sujet à lui-même.

Le lexème télévision devrait donc se décomposer ainsi, suivant :

a. Sa composante constitutive, c'est à dire la structure de la grille et des émissions.
b. Sa composante concurrentielle (ou « taxique »), sa position dans l'ensemble des médias, qui détermine largement sa structure économique et donc la possibilité d'une convergence ou d'une intégration avec d'autres médias.
c. Sa composante fonctionnelle, parfois pratique, mais essentiellement mythique, qui motive principalement les discours dont elle est l'objet.

Précisément, la mise en scène syntaxique de la télévision dans l'espace public demeure le principal moyen de la définir, non en tant qu'objet insaisissable dans la diversité de ses significations possibles, mais comme lieu d'investissement de valeurs occurrentes.

Les discours sur la télévision, en tant que processus d'affectation de valeurs, contribueraient à justifier la structure des grilles, des unités de programme et des instances de régulation : ils conduisent ainsi à des approches en terme d'évaluation de véridiction (critique des énoncés descriptifs, par exemple le JT) et d'évaluation de discours ou d'effets cachés (critique culturelle des œuvres de fiction), certains discours étant détachés (« abstraits ») du contexte général, comme le quota d'énoncés politiques avant une élection. Ces discours constituent une catégorie à part, encadrée réglementairement.

Ainsi, l'affectation de valeur renvoie le plus souvent à l'énonciateur, à sa volonté (par exemple, sa volonté de manipulation) ou à son absence de volonté (par exemple, chercher uniquement le profit quitte à produire des effets négatifs, comme dans la déclaration de Le Lay sur le « cerveau disponible du spectateur »), en supposant donc une disjonction dans ce processus d'affectation, en postulant un sujet antérieur implicite, un « ailleurs axiologique » lui-même thématisable : le libéralisme, la bourgeoisie, le « champ » professionnel des médias, etc…

[1] Au point de mettre en avant son indice de fiabilité. Disposer d'un tel indice pour les questions journalistiques ou politiques ne manquerait pas d'intérêt.

Or, si l'on envisage l'offre télévisuelle comme relevant d'un processus classique de *don*, ce que fait par exemple Jean Baudrillard[1], les discours à son propos peuvent être comme la contre proposition faite à ce don. La particularité de ce don, suivant Baudrillard, est en effet d'interdire le contre don et, par là-même, d'instaurer une relation de pouvoir. À ce titre, les discours critiques relèvent peut-être d'une forme de contre-don, suivant un schéma narratif classique.

La télévision, en tant qu'objet investi de valeurs sociales, n'échappe pas aux processus de circulation du sens ; en considérant que la télévision relève de deux processus narratifs concomitants, on peut retrouver dans les discours sur la télévision les paradigmes greimassiens[2] d'un schéma d'acquisitions de valeur, comme dans un conte ethnique :

	acquisition	*privation*
épreuve	appropriation	dépossession
don	attribution	renonciation

La position d'attribution peut être l'objet d'une transformation disjonctive et réfléchie : la renonciation au don est re-qualifiée en terme de manipulation : l'objet n'est pas ce qu'il prétend être, ou l'attribution est « négativée » à travers la notion d'influence néfaste que la publicité emblématise.

La transformation peut être disjonctive et transitive : on trouvera des occurrences de type « la télévision est aliénante ».

Elle peut être également conjonctive et réfléchie, ce qui relèverait de phénomènes d'appropriation liés à des fonctions sociales agrégatives : regarder la télévision permet de s'intégrer dans des rites sociaux, parler au nom de son implication dans un programme ou en collectionner des occurrences assure une qualification dans un groupe et un positionnement dans l'échelle sociale.

Ces effets « tribaux » peuvent même aller jusqu'à se passer complètement de l'objet télévision en entrant dans une logique de détournement de l'offre au nom de la demande : des séries américaines ou japonaises peuvent être ainsi téléchargées en France sur les réseaux de

[1] *Pour une critique de l'économie politique du signe*, *op. cit.*

[2] Greimas, *op. cit.* p. 39.

pair à pair dès leur diffusion initiale, des fichiers comprenant les traductions étant disponibles sur le réseau en quelques heures[1].

Ainsi les discours critiques reviennent à mettre en scène un sujet dupé, le spectateur aliéné, qui n'existe pourtant en tant que tel que dans ces discours. Dès lors qu'il regarde, on peut admettre que, de son point de vue, le spectateur accepte cette attribution ou la détourne à son profit.

On peut certainement regretter que l'étude de la télévision ne prenne généralement en compte que des valeurs culturelles, sans s'interroger sur la fonction modale que remplit forcément toute étude, en s'intégrant dans une structure de discours pré-établie.

L'aspect le plus fondamental de la télévision serait ainsi de donner lieu à un récit permettant la modalisation de valeurs culturelles. Comme en littérature (par exemple, la critique féministe des romans d'évasion), elle permet la mise en œuvre, en quelque sorte, d'une « déixis négative » autorisant la réintroduction de valeurs morales dans des objets qui sont en même temps déconsidérés culturellement. On peut certainement analyser, en ce sens, la critique faite par Télérama du Maillon faible, comme une apologie des méthodes les plus brutales de direction du personnel.

Littéralité

Ces implications modales renvoient donc à la simple volonté sociale des producteurs de discours. Les lectures possibles correspondraient à des aspects contextuels, des attitudes épistémiques, amenant à proposer et / ou accepter ou refuser les éventuels contrats télévisuels dans leur logique d'offre, par rapport à sa propre demande en tant que spectateur. Comment dégager alors une certaine littéralité du discours télévisuel ?

On peut reprendre les différents aspects qui permettent de spécifier un « dire-vrai » : s'agit-il par exemple, pour les producteurs de télévision, de se situer par rapport à un référent externe opposable ? La terminologie de la télé-réalité peut nous inciter à le croire ; pourtant, nous avons vu que le prototype français de la télé-réalité, Loft Story, référerait essentiellement à un ensemble vide, un univers dont avait été évacué tout horizon référentiel, de façon à être certain de ne heurter personne. Les polémiques sur une éventuelle manipulation, en

[1] Par exemple en 2005-2006 la série Lost, suivant les témoignages d'étudiants. Ces effets peuvent même mettre des cinéastes dans des positions difficiles : le réalisateur chinois Chen Kaige a dû ainsi faire face en 2005 à des détournements de ses films diffusés sur Internet. Or, en eux-mêmes ils ne faisaient peut-être que reprendre le principe situationniste d'un film comme La Dialectique peut casser des briques de Réné Vienet, 1972, qui détournait déjà des films de kung-fu en leur attribuant une phraséologie marxiste.

impliquant un référent externe qui aurait été escamoté, notaient principalement des questions de cohérence diégétique en relevant les incohérences dans la constitution du référent interne. La question de la vérité télévisuelle renvoie ainsi, peut-être, seulement à une question de cohérence diégétique des programmes, donc à une question de cohérence de l'offre.

Or, la qualification nouvelle de la demande, par le biais d'Internet, renforce peut-être la limite radicale de toute présentation des discours dans l'espace public, voire de toute analyse :

> *Non seulement il n'existe pas de discours vrai, mais il ne peut y avoir de discours susceptibles de statuer sur la fausseté de discours prétendument vrais. Les dés sont pipés : puisqu'il n'existe pas de langage de la vérité, il ne peut y avoir de langage de la fiction ; il n'y a plus de discours littéraire, puisque tout est littérature ; il n'y a plus, pour reprendre l'excellente formule africaine, que des « discours pour rire »*[1].

La vérité, comme effet de sens télévisuel, peut relever des catégories habituelles de manipulation discursive. Ces catégories peuvent même en être un élément structurant, sans forcément produire un paraître vrai, mais un produit télévisuel particulier, que nous avons désigné dans sa construction énonciative comme la *parole*[2]. Si la sanction théorique, ou l'implication des participants à la production d'un énoncé télévisuel est d'emporter l'adhésion, la sanction pratique est d'abord l'audience, ou surtout les parts de marché, donc la délivrance d'un produit attrayant. L'opposition entre ces catégories de véridiction est en elle-même un élément d'intérêt, un ressort dramatique.

Le discours peut ainsi se construire comme totalement subjectivant (le croire), suivant le principe du témoignage. Il peut au contraire se donner sous un *camouflage objectivant* (le savoir), donc en effaçant ses marques énonciatives. Le non-personnel, l'expertise, sera mise en avant, comme dans la matrice de production de la parole à l'œuvre dans les émissions de télévision que nous avons proposées à partir de ces deux dynamiques.

Ainsi, la télévision, plus qu'elle ne cherche à produire des effets de vérité, manifesterait et mettrait en scène deux sémiosis concurrentes et irréconciliables qui structurent notre propre rapport au monde. Elle mettrait donc en scène les contradictions qui nous traversent perpétuellement, entre la nécessité de certitudes, ne seraient-ce que contractuelles, et la

---

[1] *Ibidem* p. 109.

[2] Telle que nous la présentons comme performance télévisuelle : schéma page 97.

conscience que toute croyance procède d'une dimension interprétative toujours susceptible d'être improbable.

Le passage vers un espace de demande, où l'origine des offres est de moins en moins identifiable, rendrait cette sémiosis du doute encore plus prédominante. Peut-être cette conscience généralisée de la dimension purement contextuelle du sens amplifie-t-elle encore, soit par contre-coup, soit de façon transitoire, la force des affirmations ontologiques les plus simplistes de la vérité et du pouvoir que l'on a pu rencontrer dans l'espace politique.

5. Conséquences juridiques

L'usage politique du spectateur : contrôle des médias et évolution du droit

L'activité de navigation sur Internet ou la consommation télévisuelle n'ont peut-être qu'un rapport incident, mais il n'en demeure pas moins que la notion de spectateur est essentiellement métaphorique.

Cette dimension métaphorique permet de penser l'unité de phénomènes différents.

Le problème apparaît dans l'usage politique qui en est fait, en amalgamant des dimensions distinctes et en les investissant d'un sens éthique. La recherche, le marché publicitaire, l'espace public, l'usage des producteurs ou celui des récepteurs ne renvoient pas nécessairement aux mêmes définitions du spectateur : la question du type d'apprentissage mis en œuvre, tel que nous avons proposé de l'envisager par rapport aux questions académiques, peut, par exemple, permettre de le préciser.

En particulier dans le cas de l'influence de la télévision sur les enfants, il semble que l'on convoque des définitions du spectateur correspondant à des objectifs fort différents pour corroborer les présupposés de départ.

Or, la dimension éthique relève avant tout de choix à faire par le spectateur lui-même : quelles images est-il prêt à regarder et à partager, à quel moment va t-il les refuser, voire intervenir dans la sphère publique pour souligner sa désapprobation. Cette dernière attitude renvoie encore à une nouvelle définition du spectateur, interactioniste, au sens des « manières de public » (normes comportementales d'expression des spectateurs) que décrit Daniel Dayan[1].

Il apparaît donc assez logique que la seule façon de « remplir » une définition infantilisante des spectateurs soit de recourir aux enfants.

Dans le cas de l'usage de cette notion dans l'univers professionnel de la télévision, peut-être pourrait-on aller jusqu'à émettre l'hypothèse que la notion de téléspectateur ne sert qu'à

---

[1] Voir en particulier *À la recherche du public : réception, télévision, média*, (ouvrage collectif), Hermès, collection Communication, Cognition, Politique, volumes 11 et 12, Paris, Presses du CNRS, 1993 ; en collaboration avec Isabelle Veyrat Masson, « Espaces Publics en Images », Hermès, collection Communication, Cognition, Politique, volumes 13 et 14, Paris, Presses du CNRS, 1994 ; *À chacun son 11 septembre* (ouvrage collectif), numéro spécial des Dossiers de l'audiovisuel, Paris, INA La Documentation Française, septembre 2002.

euphémiser les rapports de force : les choix de programmations sont justifiés « au nom du spectateur », sans que les parties ne soient forcément dupes : une étude conversationnelle de l'usage de ce terme au sein des chaînes de télévision le démontrerait sans doute.

Ainsi, lors du Fipatel 2006 à Biarritz[1] le responsable des ventes demandait à la responsable des achats de France 3 :

- Pourquoi n'achètes-tu pas cette série ?
- Parce que mes téléspectateurs ne la comprendraient pas !
- C'est qui tes spectateurs ?
- Je ne sais pas exactement.

Prétextes ou évolutions ?

La « fracture familiale émergente »

Pour Meyrowitz, nous l'avons souligné, la télévision concurrence et met à mal le monopole familial de contrôle de l'information, ce qui entraînerait une modification des rôles et des attributions sociales en fonction de l'âge et du sexe qui prévalaient dans un système de contrôle de l'information écrite. On peut y voir une des raisons de la méfiance qu'elle suscite, en particulier dans les travaux d'obédience familiariste.

Cette hypothèse tendrait à être confirmée par les rapports et propositions de lois qui en découlent en matière de régulation d'Internet. Nous avons examiné le volet législatif « répressif », celui-ci se double d'un volet « sanitaire », matérialisé par une série de rapports préparatoires à la conférence de la famille 2005, devant donner lieu à proposition de loi en septembre 2005[2].

---

[1] Propos rapportés par les responsables de l'équipe d'étude de l'Ircav.

[2] Le texte du projet de loi a été conçu lors d'une réunion interministérielle du 31 août 2005 pour être officiellement annoncé le 22 septembre, lors de la Conférence de la famille 2005, à partir des groupes de travail « Enjeux démographiques et accompagnement du désir d'enfant des familles », présidé par Hubert Brin, président de l'UNAF et « Protection de l'enfant et usages de l'Internet », présidé par Joël Thoraval, président de la Commission nationale consultative des droits de l'Homme, qui ont remis, le 17 mai, leur rapport à Philippe Douste-Blazy, ministre des Solidarités, de la Santé et de la Famille, travaux ouverts en janvier 2005.

Son annonce a donné lieu à un communiqué de presse le 19 septembre 2005 du collectif IRIS pour en dénoncer les conditions d'adoption législative, l'inapplicabilité technique et les effets restrictifs sur la liberté d'usage et la responsabilité des parents.

Ces rapports mettent en avant cette idée de « fracture familiale » en matière d'usage d'Internet, qui se substituerait à la première hypothèse mise politiquement en avant d'une « fracture sociale numérique » : il apparaîtrait que l'usage des nouvelles technologies serait égal voire même légèrement plus répandu, dans les foyers d'employés ou d'ouvriers (en particulier les aspects les moins *productifs*, comme les jeux), que dans les familles de cadres. Une donnée que l'on pourrait peut-être rapprocher de la plus forte consommation d'équipements audiovisuels et de chaînes satellitaires dans les mêmes foyers.

De façon assez transparente, il semble que les auteurs du rapport tiennent également pour acquis que des parents, occupant des positions sociales ou scolaires plus basses, sont moins compétents pour conseiller, encadrer et guider leurs enfants dans ces pratiques qu'eux-mêmes maîtriseraient moins. La fracture numérique serait donc à la fois socialement identifiée et menacerait l'unité des familles les plus économiquement fragiles, avec toujours cette allusion, dont on peut retrouver la trace au XIXème siècle, selon laquelle les familles les plus économiquement fragiles sont aussi intellectuellement et moralement les plus faibles[1].

L'Office National de la Délinquance, créé en 2003 pour regrouper les différentes sources statistiques en matière de délinquance, n'a pourtant pas permis d'établir le moindre lien de corrélation entre pauvreté, chômage, alcoolisme, origine étrangère et actes de violence ou *criminalité*, invalidant donc la notion souvent sous-entendue politiquement de « milieu criminogène »[2].

Avant même d'examiner en détails les données présentées et les propositions qui en découlent, on peut déjà remarquer plusieurs biais dans la présentation des attendus. Une limite, en effet, est de présenter comme des conséquences de choix éducationnels des faits qui relèvent seulement de l'acceptabilité culturelle dans l'affichage social, du caractère dicible, montrable et encourageable d'une pratique. La pratique des jeux vidéo est-elle considérée avec moins de mépris dans les milieux ouvriers ? C'est, par exemple, une des questions qui permettraient de quantifier ces biais. Pourquoi une émission comme Vidéo-gag manifeste-t-

---

Malgré l'accumulation des effets d'annonce, et devant la consternation du parlement, le projet a effectivement été ajourné, pour l'essentiel.

[1] Il existe une commission ministérielle « commission sur les familles pauvres et vulnérables ». Il n'en existe aucune sur les « familles riches et vulnérantes ».

[2] Alain Bauer, président de l'observatoire national de la délinquance : *Géographie de la France criminelle* Odile Jacob 2006. Voir également les propos de Bauer rapportés dans Libération du 28 avril 2006 « 500 cartes contre quelques idées reçues » Patricia Tourancheau.

elle des formes de mépris acceptables et encouragées, tandis que toute dimension « offensante » devrait être censurée dans un forum de discussion ?

Il faut également souligner que ces rapports font référence à des études extrêmement hétérogènes, tout en en amalgamant les résultats finaux sans s'interroger sur leurs finalités et leurs méthodologies, qu'elles proviennent d'établissements publics (Inserm, directions d'études ministérielles), para-publics (Credoc) ou privés (Ipsos, Nielsen, Médiamétrie)[1], en mettant toujours en avant comme critère de crédibilité le caractère « repris » d'une étude (cité dans d'autres rapports ou dans les médias).

S'interroger sur les conditions de production des lois nous amène au sein du parlement, d'une instance parfaitement publique, d'autant que tous les documents sont instantanément publiés sur Internet. Or, la « scientificité » est parfois d'autant plus invoquée dans les rapports que le caractère proprement politique des décisions n'est pas toujours assumé.

Le « premier média des jeunes », le « dernier média des familles » ?

On peut également remarquer dans ces rapports que l'emploi du terme « média » devient occurrent et systématique pour désigner Internet et ses différents usages. « L'Internet est devenu le média de masse annoncé depuis plusieurs années » expose par exemple Joël Thoraval[2].

Or, les usages d'Internet ne relèvent pourtant pas tous de la consommation de programmes multimédias ou de la recherche documentaire. Dans le cas des pratiques incriminées, ils relèvent principalement de l'utilisation d'un canal de diffusion spécifique, comme dans le cas du téléchargement ou d'un moyen de communication interpersonnelle dans le cas des messageries. Si on peut donc considérer ce terme comme un amalgame impropre, il a le mérite de permettre de rendre compte d'une certaine réalité d'usage : le terminal est le même, ces usages seront simultanés et parfois induits les uns par les autres, ce qui fonde précisément l'originalité d'un usage multimédia et hypertexte (une source documentaire peut ouvrir vers la messagerie de l'auteur, un site de discussion et des fichiers à télécharger, par exemple).

---

[1] Page 39, une note en caractères légers précise néanmoins, pour certaines données particulièrement hétérogènes (pays, continent, période, cohorte, vocabulaire, questionnaire, méthodologie différentes) : « ces comparaisons, si elles présentent un intérêt d'illustration certain d'un phénomène constaté lors des réunions du groupe de travail et des auditions, à savoir le décalage d'information sur les réalités du Net entre les parents et les enfants, sont à manier avec prudence, les méthodologies et les termes des questions utilisés étant différents ».

[2] « Propos liminaires » page 10.

Cette prise en compte d'Internet comme « média » ne fait elle-même que refléter l'usage des acteurs du secteur, dont les études de marché sont citées :

> *L'Internet : premier média des jeunes :*
>
> *Une enquête réalisée en novembre dernier par Ipsos pour le compte de MSN auprès des 15-25 ans sur leur choix en matière de média, fait apparaître leur préférence pour le web (61 %), devant la télévision (49 %) et le cinéma (35 %). 55 % des 302 jeunes internautes interrogés affirment, par ailleurs, avoir passé plus de temps sur le web en 2004 que l'année précédente* [1].

Elle permet également de justifier le travail d'encadrement réglementaire :

> *L'Internet ne peut pas échapper aux garanties qui s'appliquent sur les autres médias*[2].
>
> *Dès sa création, l'Internet a été marqué par un esprit de liberté, le refus de toute forme de censure. Pourtant, il faut rappeler que l'Internet est un média à part entière. Il est donc logique et souhaitable que les lois applicables aux médias traditionnels aient vocation à s'appliquer également au web. C'est pourquoi le réseau n'est pas une zone de non droit mais un domaine dans lequel sont protégés le droit à la vie privée et à l'image, à la dignité humaine, le droit d'auteur, etc.*[3]

Dans sa synthèse, le rapport résume ainsi l'ensemble des risques auxquels sont confrontés les enfants :

- la confrontation à des images pornographiques ou pédo-pornographiques
- la confrontation à des propos à caractère pédophile
- la collecte de données personnelles
- le cybermarketing excessif ou agressif à destination de mineurs de plus en plus jeunes
- le prosélytisme
- l'apologie du suicide et de la violence
- l'expression du racisme et de l'antisémitisme
- le révisionnisme et la manipulation de l'information
- des comportements d'addiction aux jeux en réseau

---

[1] Rapport cité, suite des propos page 10.

[2] Introduction du rapport.

[3] Rapport cité, page 89.

La gamme des risques considérés recoupe précisément la liste des dangers supposés de la télévision : pression mercantile exagérée, pression imitative (voire comportements « anti-civiques »), exposition à des contenus violents et / ou pornographiques. Il s'y ajoute, en plus des risques légaux liés aux téléchargements non autorisés[1] et des risques de « mauvaise rencontre », un risque de contact avec des contenus non souhaités par les parents :

> *L'apologie de certaines idéologies révisionnistes, racistes ou antisémites, mais aussi de façon peut-être plus banale de comportements dégradants ou humiliants pour l'être humain (anorexie, mutilation, suicide…) au-delà des considérations de droit et d'éthique, pose la question de la réception par les enfants de contenus violents et déstabilisants.*

Le phénomène des « blogs » est en effet symptomatique de cette inversion des conditions de circulation de l'information au sein du foyer, comme le remarquait déjà Meyrowitz, en observant l'effet des interviews d'adolescents diffusées à la télévision, susceptibles de donner aux autres adolescents un point de vue à la fois direct et différent de celui des parents : en publiant massivement[2] leurs journaux personnels, voire intimes (même si le terme devient impropre du fait même de la publication), les adolescents atteignent certainement un statut communicationnel qui leur était précédemment inaccessible. Leurs textes peuvent circuler directement, sans contrôle, ni reformulation par l'autorité parentale ou scolaire. Les promoteurs des sites destinés aux adolescents sont accusés de les enfermer dans une « culture jeune » qui irait à l'encontre de toute évolution et ouverture culturelle. Des reproches déjà

---

[1] Les déclarations du président de la Cnil sont pourtant plus nuancées. Lors d'une intervention dans le colloque organisé par le Forum des Droits sur Internet à propos du *peer to peer*, le 28 septembre 2004, Alex Türk a estimé que les traitements devraient avoir pour objectif de sanctionner « les délits d'habitude », précisant que des critères, tels que le nombre de récidives ou la quantité d'œuvres mis à disposition, devraient être intégrés aux traitements mis en œuvre, sans pour autant qu'il soit possible d'aboutir à une distinction entre les contrefaçons à usage personnel et celles effectuées dans le cadre d'un « trafic » en vue de revente.

Cette notion, semble-t-il assez nouvelle, de « délit d'habitude » vise-t-elle à combattre le caractère *compulsif* du téléchargement ?

[2] Cité page 28 : *Ils sont plus de 1,6 million de jeunes, âgés officiellement de 13 à 24 ans - soit 10 % de cette classe d'âge en France, à s'être inscrits sur la plate-forme des blogs, les journaux personnels en ligne, proposée par Skyrock* (chiffres donnés pour février 2005).

Un enfant de 6 à 8 ans sur cinq possèderait un ordinateur, un adolescent de 13 à 14 ans sur quatre, dont 80 % utilisent le réseau, d'après l'étude Kid's Attitude 2005 d'Ipsos, citée lors des 10èmes rencontres d'Autrans (Isère) sur l'avenir d'Internet, janvier 2006. Voir « Internet », Libération du 12 janvier 2006, Frédérique Roussel.

entendus, sous une forme très proche, à l'encontre des clips vidéos ou de « l'esthétique publicitaire »[1]…

Comparativement à cette « logique technique d'une communication individualiste qui s'accorde difficilement au paradigme familial »[2], la télévision fait effectivement figure de média fédérateur du foyer.

Le rapport va jusqu'à atteindre un degré assez élevé d'ironie en remarquant que l'usage d'un « langage SMS » rend plus difficile la mise en place, par les parents, de logiciels de filtrage basés sur des mots clefs … Les enfants doivent respecter l'orthographe pour que l'on puisse contrôler leurs requêtes ! On retrouve là encore une thématique récurrente, celle de l'appauvrissement du langage des jeunes au contact de la culture de masse et de leurs pairs, et le risque lié à la constitution d'un langage propre qui échapperait aux adultes.

Les raisons du succès des *blogs* sont ainsi toujours analysées à travers des séries de lieux communs remarquables (« l'adolescence, c'est l'âge de "l'être-ensemble" ») et de formes de tautologies (« beaucoup de photos retracent des moments de vie partagés ») qui ne décrivent donc guère le phénomène. Ces arguments peuvent néanmoins nous renseigner sur les processus de validation ou d'extension d'une norme interprétative qui devient une norme législative, réglementaire et pénale.

On retrouve ainsi, dans le rapport, des remarques recoupant parfaitement les spécificités de contrôle des différents médias présentées dans notre tableau[3].

Le rapporteur souligne ainsi que l'émetteur est responsable des conséquences des contenus concernant les personnes citées et qui en prennent connaissance :

> *Mal ou non-informé, considéré par défaut « éditeur » du contenu du blog, l'internaute endosse sans s'en rendre compte des responsabilités allouées généralement aux professionnels de l'information et de la communication*[4].

---

[1] Aspect développé dans un texte précédent « La Télévision comme contre-fantasme publicitaire », mémoire de maîtrise sous la direction de Chantal Duchet, université Paris 3, 1996.

[2] Rapport cité page 24.

[3] Présenté page 360.

[4] Pourtant, le rapport a mis précédemment en avant le caractère disciplinaire et interne des responsabilités, en renvoyant aux conseils de discipline des lycées dans le cas des *blogs* d'adolescents. A moins que le CSA ne soit considéré comme une sorte de conseil de discipline, ce que ses membres doivent apprécier.

Pour le rapporteur, la publication ne doit pas être le fait d'un non-professionnel, encore moins d'un mineur. La formulation du rapport mélange toutefois les niveaux juridiques en liant le problème de la responsabilité de la publication au problème de la répression des mineurs. Ainsi, la mise en cause directe des auteurs, sur Internet, en tant que seuls responsables de la publication de leurs propos, relève a priori des problèmes de diffamation[1]. Elle est envisagée ici dans le cadre des règlements intérieurs des lycées.

Il semble que l'on retrouve là une autre expression du glissement entre les niveaux de contrôle, tant au niveau de la sanction que de la production de la preuve, voire de la recherche captieuse et privée des preuves, déjà observée dans les textes réglementaires précédents. La remarque rejoint la revendication des fournisseurs d'hébergement (être dégagés de toute responsabilité en terme de publication) et de l'exécutif (pouvoir mettre directement en cause tout auteur) à la faveur du phénomène que représente ces jeunes auto-littérateurs.

De la publication imprimée collective à la publication électronique individuelle

La question du contrôle des *blogs*, moyens d'expression électronique individuelle qui échappent par définition à l'institution scolaire, recoupe celle du contrôle des journaux lycéens ou du moins de leur acceptation dans l'enceinte scolaire.

Or, ces journaux sont officiellement défendus par les éducateurs et par le ministère. Ils présenteraient des intérêts à la fois pédagogiques, d'un point de vue scolaire, et d'apprentissage de la responsabilité des futurs citoyens, d'un point de vue critique et civique.

Pourtant, leur publication se heurte souvent à l'administration ou au corps enseignant. Un des exemples les plus médiatisés du fait de l'impact et du prestige de l'institution, est le cas posé par le journal lycéen Ravaillac, publié au lycée Henri IV à Paris. Le proviseur a interdit, le 29 mars 2002, la diffusion d'un numéro consacré à la sexualité où l'équipe de jeunes rédacteurs se présentait nue sur la couverture, le sexe caché par un rectangle blanc amovible[2].

---

[1] La presse bénéficie d'un délai de prescription raccourci pour éviter que la multiplication des procès en diffamation ne soit utilisée comme moyen de pression ou de censure.

[2] Ce cas, pris comme une forme de censure, avait entraîné une campagne de soutien de la part de mouvements défendant la liberté de la presse ; voir le communiqué de Reporters sans Frontières : http://www.rsf.org/article.php3?id_article=949 .

Couverture du journal Ravaillac, 2002

Cette décision a été annulée par le tribunal administratif le 21 novembre 2003, constituant une nouvelle jurisprudence. Le tribunal administratif réfère en particulier à l'article 5L 511-2 du code de l'éducation selon lequel *dans les collèges et les lycées, les élèves disposent dans le respect du pluralisme et du principe de neutralité de la liberté d'information et de la liberté d'expression. L'exercice de ces libertés ne peut porter atteinte aux activités d'enseignement.*

Le 15 février 2002, le Ministère de l'éducation nationale avait déjà publié un texte, modifiant la circulaire 1991-051 du 6 mars 1991, assouplissant les conditions de publication des journaux lycéens et visant à les encourager[1].

Pourtant, d'après le Centre de liaison de l'enseignement et des moyens d'information (Clemi), alors que 480 titres de presse lycéenne avaient été recensés en 2001-2002, il n'y en avait plus que 127 en 2003-2004. Malgré l'évolution de l'attitude officielle du ministère et de la jurisprudence, ces publications seraient toujours assez mal acceptées dans les établissements, selon l'Observatoire de la Presse Lycéenne qui a mené une campagne pour informer les lycéens de leur droit à la liberté d'expression en février 2005[2].

La difficulté de publication des journaux par rapport à celle des *blogs* explique sans doute aussi la raréfaction des uns et l'extension des autres, alors que le cadre des publications électroniques est, de fait, beaucoup moins contrôlable tout en étant théoriquement moins libre juridiquement.

Il y a donc un paradoxe entre le fait de ne pas parvenir à assurer le droit d'expression des lycéens dans le cadre éducatif et légal prévu, sous le régime de l'imprimé, et celui de regretter qu'il s'exprime dans la sphère électronique, hors de tout contrôle et de toute garantie, tant pour les enfants que pour leurs parents et leurs éducateurs.

---

[1] Circulaire n°2002-026 du 1-2-2002 : http://www.education.gouv.fr/bo/2002/7/default.htm .

[2] Site de la campagne : http://www.obs-presse-lyceenne.org/ .

L'adolescent et le législateur

L'image des adolescents qui sous-tend le rapport Thoraval est en elle-même assez négative[1]:

> *Selon la Direction de la recherche, des études, de l'évaluation et des statistiques (DREES), du ministère des Solidarités, de la Santé et de la Famille, « l'adolescence est l'une des périodes de la vie où la disponibilité et le temps libre sont les plus grands. » Avec seize semaines de vacances et une participation limitée aux tâches ménagères, les adolescents disposent de beaucoup de temps pour des activités qui leurs sont propres.*

On peut craindre que ce type d'assertion ne relève encore du truisme : serait-il souhaitable que les adolescents disposent de *moins de temps pour eux-mêmes* ? mais alors, pourquoi exercer un travail salarié[2] ? il s'agirait là d'une remise en cause profonde du droit à l'éducation et de la législation encadrant la place des mineurs dans le monde du travail.

Le terme « partager sa solitude » revient ensuite régulièrement, sous-entendant toujours un lien entre adolescence, oisiveté, solitude, problèmes cliniques (dépression, anorexie, suicide), problèmes sociaux (comportements à risque, délinquance ou risque accru d'en être victime).

Cette fragilité des mineurs est alors rapprochée de chiffres « qui ne peut en aucun cas avoir valeur de sondage » (bien qu'il s'agisse pourtant de sondages Ifop / Délégation Interministérielle à la Famille). Ce type de précautions méthodologiques devrait alors interdire de présenter ces chiffres qui n'ont donc d'autre qualité que de correspondre à ce que l'on entend démontrer. Comme tout sondage à visée politique, pourrait-on ajouter.

Le rapport présente ainsi un questionnaire destiné aux parents « pensez-vous que votre enfant a déjà été confronté sur Internet à des textes ou des images pornographiques[3] ? » ; on pourrait suggérer de le compléter par un questionnaire destiné aux mineurs « pensez-vous que vos parents pensent que leur enfant ait déjà été confronté sur Internet à des textes ou des images pornographiques ?». En l'occurrence, ce type de formule ne peut que renvoyer l'image de la circulation de lieux communs, en rien montrer des réalités d'exposition.

---

[1] Page 41.

[2] Fin 2005, des propositions gouvernementales vont effectivement dans le sens du travail à 14 ans.

[3] Par exemple 9% répondent « oui une fois » à « exposition à des programmes violents » ce qui ne représente donc que 30 personnes sur 347 répondants au total. Or, la marge d'erreur statistique doit prendre en compte le nombre de répondants à chaque question.

On retrouve, dans un rapport comme celui-ci, tous les phénomènes déjà observés à propos de la question de l'incidence de la violence ou de la pornographie à la télévision : malgré toutes les tentatives de démonstrations, les seuls éléments « probants » relèvent des biais de l'enquête.

Classiquement, en l'absence de la moindre preuve, le seul argument mis finalement en avant pour justifier ces questions, c'est « la récurrence du soupçon »[1] ce qui semble bien être un synonyme du mot « rumeur » et paraît un peu inquiétant pour justifier des lois.

Vulnérabilité et publicité

Les arguments contre l'exposition des mineurs à la publicité ne sont pas nouveaux non plus. Effectivement, considérer que la publicité doit favoriser un acte d'achat est une représentation commune de son fonctionnement : elle est dès lors considérée comme ayant pour objet d'exercer une influence. Cette influence pourra être d'autant plus stigmatisée qu'elle s'exerce sur des personnes censées ne pas avoir de maturité suffisante pour reconnaître cette intention initiale. Or, les jeunes sont sans doute beaucoup moins naïfs à ce sujet que les adultes.

> *Fidélisation, perte de repères entre ce qui relève de la publicité, du divertissement et de l'information, mais aussi collecte de données personnelles,* cookies *ou fichiers témoins, sondages et tests, forment le lot commun du surf d'un enfant sur le net*[2].

Encore une fois, si elles sont plausibles, ces assertions ne sont étayées par aucune étude crédible. D'autre part, l'argumentation repose sur une contradiction entre « la capacité particulière des jeunes à utiliser Internet » et leur « crédulité vis à vis de la publicité et du e-marketing » : ils n'auraient de compétence que pour des usages illicites, sans la capacité de discerner ce qui relève de la publicité ! Un autre sous-entendu est que, pour être efficace, la publicité devrait être masquée. Pourtant, rien ne permet de le vérifier : la mauvaise attribution du produit à une marque fait même partie des cauchemars des publicitaires.

> *Les outils d'approche marketing ne manquent pas. Que ce soit par des cookies, ces fichiers cachés enregistrant et transmettant à l'administrateur d'un site ou à un web-annonceur le moindre détail de la navigation de l'internaute (pages vues, temps passé sur chacune d'elles, etc.), des spams, publicités envoyées directement sur les adresses*

---

[1] Page 46.

[2] Même rapport, page 51.

> *mails personnelles ou encore par le biais de pop-up, des fenêtres publicitaires s'ouvrant automatiquement sur l'ordinateur de l'internaute au gré de son surf, l'e-marketing submerge les utilisateurs du net.*

Ce type d'arguments relève encore d'un mélange de projection et d'approximations : se protéger des problèmes cités relève du minimum de compétence nécessaire à la navigation, les principaux portails proposent des solutions extrêmement simples pour résoudre la quasi-totalité de ces problèmes. On peut émettre l'hypothèse que le rapport décrit simplement le parcours sur Internet de quelqu'un de particulièrement incompétent, incapable d'imaginer que des enfants puissent faire preuve d'une compétence à la fois supérieure et positive.

Suivant les même stratégies d'approximation rhétorique, le rapport met, sur le même plan, des comportements commerciaux illégaux (recueil indu de données, fausses informations) et légaux (construire un marketing ciblé), bien que parfois à la limite de la légalité (suivant le principe de *l'opt-in*, l'utilisation des données collectées doit être autorisée explicitement par l'internaute) toujours alliés à une vision du marketing largement fantasmatique.

> *Le « marketing tribal », (...) consiste à rechercher des groupes de consommateurs constituant le cœur de cible du produit vanté. Viviane Mahler précise que « les marketers utilisent des logiciels d'analyses de forums et de blogs, fonctionnant par mots clés, afin de repérer les utilisateurs ou les communautés d'utilisateurs susceptibles d'être sensibles ou intéressés par leurs produits »*[1].

Pour un annonceur, connaître son cœur de cible est certainement l'opération la plus facile[2], qui ne préjuge en rien de sa réussite, sinon tous les produits s'imposeraient… en outre, le problème n'est pas tellement la technique d'analyse, n'importe quel moteur de recherche peut assurer cet usage : si certaines sociétés arrivent à vendre des logiciels d'analyse, c'est plutôt un problème d'incompétence de leurs clients. La pertinence des résultats dépendra uniquement du volume et de la hiérarchie des pages analysées.

D'autre part, rien n'interdit au rapporteur de prendre explicitement position pour la suppression totale de la publicité ou des services de marketing des entreprises.

L'argumentation touche certainement sa limite profonde sur la question des identités :

---

[1] Suite du rapport cité.

[2] Un simple « couponing » suffit. La notion de cible a d'autre part perdu de sa pertinence au profit de la notion de « tribu », les différents paramètres socioculturels (âge, résidence, études, etc.) n'étant pas forcément corrélés terme à terme et proportionnellement au revenu avec les comportements d'achat.

> *Réalisée au début 2000, une enquête américaine auprès de 1001 parents d'enfants âgés de 8 à 17 ans et dotés d'un accès à l'Internet et de 307 enfants de 10 à 17 ans a retenu l'attention de la CNIL68. La promesse d'un cadeau incite 65 % des enfants à délivrer des informations sur leurs boutiques favorites, 54 % d'entre eux sont prêts à livrer des précisions sur les marques préférées de leurs parents, 26 % énumèrent les activités de la famille les fins de semaine.*

Dans d'autres paragraphes, le rapport dénonce « la perte d'identité », voire « l'absence d'honnêteté » des mineurs. Pourquoi croire alors qu'ils délivreraient des informations exactes quand ils sont confrontés à des questionnaires marketing ? Répondre aux questionnaires officiels distribués dans les collèges et lycées par l'Inserm semble en effet constituer, pour les élèves, un grand moment de détente[1]. On peut mesurer tous les décalages liés au fait de devoir répondre à un questionnaire auto-administré dans un cadre scolaire sur des questions sexuelles. Simplement, il est difficile aux enseignants ou aux responsables administratifs de leur conseiller de mal répondre sous peine de toucher définitivement au peu de crédibilité pratique des arguments avancés, et à leur pseudo cohérence socio-morale.

Dans ses conclusions, le rapport est plus transparent sur sa volonté de répression.

Ainsi, est-il préconisé notamment sous l'aspect répressif :

- *d'instaurer un auto-contrôle sous peine de sanctions pénales aux fournisseurs d'accès à l'Internet et aux concepteurs de l'audiovisuel, jeux vidéo et Internet par une modification réglementaire, après négociations avec les opérateurs ;*
- *d'installer sur les ordinateurs un logiciel de bouclage des sites dangereux pour les mineurs et diffuser les logiciels de repérage de sites pédo-pornographiques par une modification réglementaire après négociations avec les fabricants ;*
- *d'étendre la loi Perben à l'Internet, sur les interceptions de correspondances en enquête préliminaire pour les corruptions de mineurs, les agressions sexuelles et les viols ;*
- *d'autoriser les enquêteurs à entrer comme acteurs dans des groupes ou forums pédopornographiques*[2].

---

[1] Si l'on en croit les élèves du panel devenus étudiants à Paris 3.

[2] Disposition *a priori* sans beaucoup d'objet telle qu'elle est formulée, un forum ayant cet objet ne peut pas être accessible à partir des adresses Usenet répercutées par des fournisseurs français.

Outre le décalage des solutions techniques préconisées (soit elles existent déjà, soit elles sont inapplicables), on peut noter que les infractions sexuelles fournissent un prétexte difficilement attaquable (qui pourrait les défendre, pour autant qu'elles existent) autorisant la surveillance des correspondances et la recherche captieuse de preuve, c'est à dire, comme nous le soulignons, un retour juridique aux règles d'ancien régime.

Jusqu'à quel point la convergence peut-elle servir de prétexte ou justifier de telles transformations et une telle mise en cause de la sphère privée en touchant aux principes mêmes du droit ?

Justifications cliniques

L'imagination des rapporteurs en matière de volonté malveillante des mineurs est sans borne :

> *Certains jeunes se servent de leurs téléphones portables pour harceler d'autres personnes par SMS, profitant du fait qu'ils échappent plus facilement à une éventuelle surveillance parentale. Par ailleurs, les téléphones récents offrent la possibilité de prendre des photographies, ce qui permet à quelques adolescents de trouver de nouvelles façons de menacer de chantage leurs camarades. Le Réseau Education Médias indique que le phénomène est en fort développement chez eux concrétisé, par exemple, par des photos prises dans les douches lors des cours de sport, de garçons qui font pression sur leurs petites amies avec des images enregistrées par une webcam lors d'un contact sur Internet, etc* [1].

Il semble que là encore l'imagination des scénaristes d'Hollywood ait largement précédé les rapporteurs… si chacun peut voir à quels films ou séries ils réfèrent, aucun exemple précis ne vient étayer leurs arguments[2] : les rapporteurs seraient-il seulement des spectateurs qui ne veulent pas s'avouer comme tels et qui confondent réalité et fiction ?

La réalité de faits divers, semble-t-il inspirés par la télévision, fournit néanmoins *a posteriori* quelques exemples concrets. L'agression filmée d'une enseignante par un élève au lycée Lavoisier à Porcheville, dans les Yvelines, le 24 avril 2006, a ainsi été immédiatement rapportée dans les journaux télévisés. Cette agression a entraîné une polémique politique,

---

[1] Page 64.

[2] Seul exemple : l'exclusion d'adolescents à Garges-lès-Gonesse pour diffusion de photos prises en classe avec des « légendes insultantes »… ce type de jeux n'est sans doute pas nouveau, même si Internet donne une visibilité inattendue à des traditions d'écoliers qui restaient jusqu'à présent dans les cartables.

l'opposition considérant que cette agression filmée « n'est pas un fait marginal » et que le gouvernement faisait preuve d'inertie, se « contentant de mots »[1].

Pourtant, il semble bien que ce type de phénomène demeure assez circonscrit, le nombre de vidéos circulant sur Internet demeurant très limité : ce qui est manifeste, c'est que ces violences ont un impact discursif qui dépasse leur fréquence et qui anticipe même leur occurrence. La télévision fournit bien en cela un référent interprétatif commun, un cadre de réalité dont elle est en même temps le modèle aux législateurs et aux délinquants.

Le film de l'agression de l'enseignante aurait fait le tour de la cité du Val-Fourré, suivant l'expression reprise à la télévision et dans la presse, « illustrant le goût de certains jeunes pour cette forme de violence »[2]. Le journal télévisé de France 2[3] a illustré cette pratique en montrant des images de casseurs masqués filmant eux-mêmes leurs exactions durant les manifestations anti-CPE de mars 2006[4].

Ces pratiques s'apparenteraient au *happy slapping* ou « joyeuse baffe », l'agression filmée d'une victime prise au hasard. Cette tendance serait elle-même issue de l'influence d'émissions de télévision :

> *Il y a d'abord eu* Jackass*, une série télévisée diffusée en 2001 sur MTV aux Etats-Unis, qui mettait en scène des jeunes dans des situations grotesques, avec, parfois, des accidents graves à la clé. D'autres émissions de « trash TV », comme* Dirty Sanchez *en Grande Bretagne, ont suivi. Elles montraient, par exemple, des ados dévalant une pente dans un chariot de supermarché ou s'agrafant les testicules à une table. Avec le développement de la photo et de la vidéo sur les téléphones portables, des jeunes se sont inspirés de ces émissions pour filmer des violences exercées sur eux-mêmes ou sur d'autres personnes.*[5]

D'après Christian Papilloud[6], les soldats américains et britanniques se photographiant en train d'humilier des soldats irakiens auraient contribué à populariser cette pratique. Le principe

---

[1] Propos de Delphine Batho, secrétaire nationale du Parti Socialiste à la sécurité, rapportés dans « Agression filmée d'une enseignante dans les Yvelines : le PS tance la droite », Libération du 28 avril 2006.

[2] « Les images de soldats à Abou Ghraib ont fait des émules » Libération du 28 avril 2006, Ludovic Blecher.

[3] Journal de 20h, le 24 avril 2006.

[4] Se filmer masqué pour témoigner de ses propres exploits peut sembler paradoxal : nous reprendrons en conclusion l'idée d'une « esthétique de la disparition » comme forme de stylisation de ce phénomène.

[5] Libération du 28 avril, article cité *supra*.

[6] En référence à étude présentée dans l'article cité *supra*, texte de présentation disponible en ligne :

d'image de violence au sein d'un groupe, relevant d'une forme de rite initiatique, aurait été étendu à des victimes extérieures, soit en position de faiblesse, soit prises au hasard, soit choisies en fonction de leur notoriété.

L'établissement de corrélations entre violence gratuite, perte de repères moraux, importance des groupes de pairs, influence de la télévision et usage des moyens de production audiovisuels personnels contribue bien évidemment à alimenter les propositions réglementaires les plus répressives en manifestant la dangerosité de la jeunesse.

On pourrait pourtant voir dans ces agressions, dont le but est de montrer que l'on est capable d'humilier une victime ou de commettre un acte de violence gratuit pour augmenter son ascendant dans un groupe, une figure comparable aux logiques de pouvoir dont la dénonciation des jeunes ou des immigrés est un des aspects politiques. L'impact de ces agressions est peut-être dû à ces résonances.

Anonymat et dépendance

Une grande partie des pages du rapport Thoraval ne ressort ainsi que d'un scénario de série télévisée imprégnée de psychanalyse de culture de masse :

> *De façon générale, l'anonymat permis par l'Internet permet aux jeunes d'être désinhibés et de donner libre cours à des pulsions et expressions d'une certaine puissance envers les autres. Chantages, menaces et volonté d'utiliser les moyens offerts par la technique pour assouvir ses désirs deviennent possibles, là où les règles habituelles des rapports sociaux ne semblent plus être suffisantes pour assurer le respect de l'autre. Certains jeunes internautes passent à l'acte et créent des situations qu'ils n'auraient pas envisagées dans les autres cadres de la vie.*

Quelles situations ? Ce n'est pas précisé explicitement.

Un tel rapport permet-il d'exprimer des pulsions autrement inacceptables politiquement ? Le passage à l'acte, dans ce cas, est manifeste. Le mélange d'effarement et de consternation qui a accompagné la publication du rapport a ramené immédiatement la proposition initiale du gouvernement de « projet de loi répressif » vers une « réflexion pour une charte de bonne conduite » : l'aspect le plus effarant demeure qu'une loi ait pu être proposée en Conseil des Ministres à partir d'un tel rapport. Des aspects internes peuvent également laisser croire que ce rapport n'avait d'autre fonction que de laisser s'exprimer des groupes de pression extrêmes

---

« Brève autopsie du Happy Slapping » http://www.libertysecurity.org/article560.html .

pour pouvoir ensuite enterrer leurs propositions, tout en utilisant leurs fantasmes au profit du renforcement d'institutions répressives.

On apprend également qu'une *caractéristique spécifique de ce média* (Internet) est de *pouvoir à tout moment couper court à la conversation…* qu'en est-il du téléphone, de la conversation orale, du courrier, ou, dans le cas de programmes, de la télévision ou de la radio ?

Mais, comme l'explique un psychologue cité[1] : *choisir un ami, c'est aussi être choisi comme ami*.

Les apports d'un expert auprès de cour d'appel de Paris (Patrice Huerre, psychiatre) nous éclairent : *Il est essentiel d'apprendre à l'enfant la différence entre réalité et fantasme même s'il importe de préserver ses capacités d'imagination.*

La phase clinique, justifiant les précautions précédentes, est exposée ensuite[2]:

> *La cyberdépendance fait désormais partie des toxicomanies sans drogue, dont la notion est née dans les années 70 avec le psychiatre Stanton Peel. Elle regroupe non seulement la dépendance à l'outil informatique, mais aussi au cybersexe, aux achats compulsifs sur le net, aux chats ou toutes formes de discussions on line.*
>
> *Les médecins qui traitent les cas de cyberdépendance constatent également des troubles d'ordre physiologique, comme la sécheresse oculaire ou les migraines ophtalmiques, ainsi que des troubles musculo-squelettiques.*[3]

Un argumentaire particulièrement étonnant concerne le téléchargement de fichiers illégaux : on peut y lire que la complicité entre enfants et parents, dont l'absence est pourtant soulignée et déplorée par ailleurs, s'avère courante et criminelle dans ce cas, que, malgré leur « e-marketing », dont l'efficacité redoutable vient d'être conspuée, les sites de téléchargement officiels n'attirent personne, et que les sites de téléchargement illégaux sont pré-installés sur les ordinateurs (*la facilité technique rendue possible par des logiciels souvent pré-installés sur les machines*). Au contraire, la mise en place de logiciels d'échange pair à pair (faciles à trouver mais évidemment non préinstallés) implique, pour un téléchargement efficace, de connaître très précisément les caractéristiques de la ligne, de l'ordinateur et du serveur.

---

[1] *Psychologie de l'adolescent*, Pierre G. Coslin, éditions Armand Colin, 2002, p. 140.

[2] Page 68.

[3] Pourquoi oublier la surdité ? L'onanisme a du faire l'objet de descriptions proches.

Trouver ces données demande en général une bonne compétence informatique et une bonne fréquentation des sites de discussion correspondants dont l'enjeu n'a alors rien de virtuel.

Le rapport semble assez approximatif sur ces aspects techniques, opérant des amalgames entre l'offre limitée de téléchargement légal et la facilité d'accès aux offres illégales. L'idée de « logiciel pré-installé » est d'autant plus absurde que les logiciels utilisant, par exemple, le protocole *e-donkey* sont basés sur un principe de réciprocité des échanges qui implique la mise en place d'un fichier spécifique, correspondant au compte utilisateur sur l'ordinateur utilisé. Ce fichier garde la trace des clients qui ont utilisé la machine comme source, leur accordant, en retour, une priorité de téléchargement : la popularité et l'efficacité de ce protocole tient à ce principe (partant de l'idée suivant laquelle ceux qui cherchent un fichier ont probablement des intérêts communs, donc des ressources communes à partager (avec ceux qui les possèdent), ainsi qu'à la structure nodale de ses serveurs, plus difficile à contrôler que Kazaa par exemple, et à son code ouvert qui lui permet d'être très évolutif.

Cette approximation est en partie compensée par une inventivité lexicale qui relève précisément du marketing, voire du méta-marketing par l'emploi de termes issus de l'image que le profane peut avoir de l'univers publicitaire :

> *Un rapport du Centre national de la cinématographie (La piraterie de films : motivations et pratiques des internautes, Centre national de la cinématographie, mai 2004), indique que les adolescents découvrant l'Internet et le téléchargement en même temps, en ont une « approche empirique et consumériste, à la différence des adultes technophiles qui ont une approche plus technique et pionnière ».*

On retrouve dans cette conceptualisation, basée sur l'articulation intérêt moral / intérêt égoïste et conservatisme / innovation, l'empreinte du schéma des études socio-comportementales du CCA[1] dont s'inspire aussi Médiamétrie[2], sans que ses biais et son objet soient explicités : or, cette méthode est d'abord destinée à résoudre les problèmes de ciblage des annonceurs.

L'analyse des logiciels de filtrage se borne, quant à elle, à reproduire un article de l'INC, et appelle les remarques déjà proposées :

> *Certaines astuces permettent également à des jeunes de contourner facilement certains logiciels de filtrage. Ainsi, les « serveurs d'anonymat » ou « anonymizers »*

---

[1] Centre de Communication Avancé, voir les publications de Bernard Cathelat : *Socio-Styles Système* Éditions d'Organisation, Paris 1990 ; http://www.lecca.com .

[2] Au point que les cadres du CNC regrettent, en privé, le temps où le CESP fournissait les études.

> *servent de paravent entre l'ordinateur de l'internaute et le site visité. Ce dernier ne peut déterminer qui vous êtes, aucune adresse ou donnée personnelle n'apparaissant. De fait, la page souhaitée s'affiche dans celle de l'anonymiseur et peut être consultée par l'enfant hors contrôle.*[1]

Pourquoi considérer que les enfants ne vont pas utiliser ces capacités pour échapper aux sites commerciaux, mais au contraire pour échapper au contrôle de leurs parents qui voudraient qu'ils les évitent ? Comment vont faire alors les sites commerciaux pour récupérer des données fiables ? Dans chaque cas étudié, le rapport ne retient que les arguments allant dans son sens, quitte à distordre totalement le raisonnement proposé. L'emploi de ces *anonymizers* est par ailleurs assez complexe mais relativement facile à contrôler.

La seule proposition concrète, s'appuyant pour ce faire sur la Commission, concerne la mise en place d'une signalétique sur le modèle de la télévision, avec l'irréalisme inhérent à une telle proposition dans le cas d'Internet, du simple fait de la multiplicité des émetteurs et de leurs statuts. Cette proposition, que nous avons déjà remarquée, est bien une constante de ces rapports pré-réglementaires.

Les aspects concernant la responsabilité des hébergeurs reviennent sur la notion de « contenu particulièrement répréhensible », c'est à dire devant faire l'objet d'une délation obligatoire, prenant acte de cette « double vitesse » de la répression.

La partie sur la responsabilité pénale souligne celle des mineurs et l'inadéquation des dispositions qui engagent encore celle des parents, ce qui va dans le sens de leur implication judiciaire plus précoce, déjà avancée dans d'autres textes de lois. Les parents, qui laissent leurs enfants s'adonner à des actes délictueux, pourraient néanmoins souligne le rapport[2], être poursuivis pour complicité.

Evolution de l'encadrement politique des médias

L'examen des attendus législatifs laisse apparaître une volonté systématique de « compenser » certaines failles des nouveaux médias, en terme de contrôle et de régulation : la technologie

---

[1] Une anonymisation efficace implique encore une bonne maîtrise de l'informatique et des réseaux, ne serait-ce que pour en vérifier l'efficacité. L'étude cite l'utilisation d'un site intermédiaire pour naviguer sur le web, exemple néanmoins marginal par rapport aux possibilités de changer le numéro d'IP apparent de la machine avant d'accéder à une plate forme d'échange de fichiers : ces plates-formes sont assez faciles à identifier, ce qui limite leur possibilité d'utilisation dans les pays où l'usage d'Internet est réputé très contrôlé, comme en Chine.

[2] Page 82 du rapport.

employée les rendrait plus difficiles à contrôler, ce qui implique donc des lois d'autant plus répressives.

Or, l'évolution des médias écrits a suivi une évolution inverse, de décompression ou de « répression par la liberté », permettant la constitution d'un véritable espace public, comme lieu immatériel de discussion publique de l'action gouvernementale.

Ces tableaux permettent de comparer terme à terme les « plus » et les « moins » en matière de répression et de contrôle des différents médias, tels qu'ils nous semblent apparaître dans l'examen des lois. La perception de ces faiblesses, ou leur stigmatisation par des lobbies, pourrait en partie expliquer la surenchère répressive qui les touche.

On peut comparer les possibilités de contrôle technique et politique et l'évolution des répressions en fonction des médias. Cependant cela implique de regrouper des phénomènes de nature assez disparates : prescriptions et encadrements légaux, prescriptions ou polémiques engagées par des groupes confessionnels, civils ou commerciaux, concentration économique, conditions d'accès de nouveaux entrants (conditions concurrentielles), tensions et pressions au sein d'un champ professionnel (autocensure des journalistes, réalisateurs consensuels …), évolution des moyens techniques (informatique…), conditions pratiques d'efficacité des censures (facilité de saisie d'un livre, difficulté de surveillance des usages domestiques ou plus encore des usages individuels).

En outre, le licite et l'usage ne se recouvrent pas forcément, tout en étant également évolutifs [1]. L'usage d'un imprimé peut être ainsi condamné légalement ou simplement moralement, voire moralement et physiquement, sans pour autant parvenir à l'endiguer du fait de la difficulté de contrôle des marchés parallèles, des publications ou des lectures clandestines.

Censure et validité normative

Une « fatwa » qui condamne physiquement l'émetteur et le contenu sera condamnée elle-même dans les espaces occidentaux, tant par non reconnaissance de la qualification de son émetteur que des moyens de contrôle et de justice dont prétend disposer son émetteur (l'appel

[1] Si l'on prend l'exemple de procès littéraires récents, les polémiques autour de *Plateforme* de Michel Houellebecq l'ont ainsi mis en cause par rapport à sa *posture* de publication, plutôt que par rapport à ses contenus, même s'ils pouvaient constituer la cible. Voir Jérôme Meizoz « Le Roman et l'inacceptable » dans *Etudes de Lettres n°4* : « Littérature et morale publique : censure, justice, presse XVIIe-XXe siècles » sous la direction de J. Kaempfer et J. Meizoz Université de Lausanne 2003.

au meurtre), comme le souligne Habermas en commentant l'affaire Rushdie par rapport à la question générale de la prétention à la validité normative[1] :

> *[…] Aucune culture ayant introduit dans sa pratique quotidienne et dans son autocompréhension collective, dans son passage à la modernité, des concepts de deuxième ordre [d'ordre réflexif par rapport aux traditions culturelles] ne peut ménager aux exigences affirmées de manière fondamentaliste le même rôle argumentatif qu'aux exigences réflexivement fondées.*

Les caricatures

Cependant, l'affaire des caricatures de Mahomet parues au Danemark en septembre 2005 montre aussi que les exigences diplomatiques peuvent amener les gouvernements à afficher leur distance vis à vis de la liberté d'expression.

Douze dessins intitulés «Les visages de Mahomet» sont publiés le 30 septembre 2005 dans le quotidien danois « Jyllands Posten », puis repris dans un magazine norvégien d'obédience chrétienne « Magazinet » le 10 janvier 2006[2].

Selon le New-York Times, repris par Le Monde[3], cette fronde se serait cristallisée lors du sommet des dirigeants de l'OCI début décembre 2005, à La Mecque, le communiqué final exprimant « la préoccupation des Etats membres face à une haine grandissante de l'islam et des musulmans, et condamne les récents cas de profanation de l'image du saint Prophète Mahomet dans les médias de certains pays ». Le communiqué aurait dénonçé également « l'utilisation de la liberté d'expression comme prétexte pour diffamer les religions ».

Face aux réactions hostiles, aux appels au boycott des produits danois lancés par des organisations religieuses (les Frères musulmans), aux pressions diplomatiques (Organisation de la conférence islamique, Ligue arabe) ou civiles (la Fédération des journalistes arabes), puis aux manifestations violentes, la rédaction du journal finira par présenter des excuses

---

[1] « Raisons pratiques » dans *l'Ethique de la discussion* note 58 p. 161, Cerf Paris 1992

[2] « Des caricatures de Mahomet provoquent un tollé » Libération du 30 janvier 2006.

[3] Dans son édition du 8 février 2006 : « Caricatures de Mahomet : tout s'est noué à La Mecque selon le New York Times » Le Monde 9 février 2006.

officielles[1], non sans que le débat rebondisse et serve aussi à réaffirmer la liberté de la presse européenne contre « l'obscurantisme religieux »[2].

Reproduction de la troisième page du journal danois Jyllands-Posten du 30/09/2005

Ces caricatures, suivant la rédaction du quotidien danois[1], avaient précisément pour ambition de dépasser l'autocensure qui semblait limiter la liberté d'expression sur ce sujet, après qu'un

[1] « Le Monde musulman ne décolère pas contre le Danemark » Libération du 31 janvier 2006, Nathalie Dubois.

[2] Une chronologie précise de cette affaire est disponible sur Wikipédia : http://fr.wikipedia.org/wiki/Chronologie_de_la_controverse_des_caricatures_de_Mahomet .

ainsi que la reproduction des pages des principales publications qui ont présenté ces dessins : http://fr.wikipedia.org/wiki/Caricatures_de_Mahomet_du_journal_Jyllands-Posten .

Le Monde propose une chronologie avec des renvois vers les principaux articles afférents dans la presse internationale : « L'affaire des caricatures de Mahomet » http://www.lemonde.fr/web/sequence/0,2-3458,1-0,0.html .

Le Nouvel Observateur reprend également dans son édition électronique les principales dates de la polémique : « Les Caricatures de Mahomet » http://permanent.nouvelobs.com/medias/20060202.OBS4861.html .

écrivain danois, Kaare Bluitgen, ait eu des difficultés à trouver des illustrateurs pour un ouvrage sur la vie de Mahomet, *Koranen og profeten Muhammeds liv*, Le Coran et la vie du prophète Mahomet. Les représentants de la communauté musulmane au Danemark auraient alors demandé des excuses officielles, sans succès. Onze ambassadeurs de pays musulmans auraient ensuite demandé, mi-octobre, une entrevue à ce propos au Premier ministre, Anders Fogh Rasmussen, qui leur adressera une fin de non-recevoir, en rappelant les principes de la liberté de la presse et en les invitant, le cas échéant, à s'adresser aux tribunaux. Il tentera ensuite de se démarquer des caricatures incriminées en condamnant « toute forme d'expression, d'action ou de signes qui tenteraient de diaboliser un groupe de personnes sur la base de leur religion ou de leur origine ethnique », tout en réaffirmant le principe de la liberté d'expression dans ses vœux officiels 2006, lors d'un discours traduit en arabe[2].

La rédaction du journal est passée ensuite des « regrets » aux « excuses » exprimées dans une lettre ouverte tandis que le Premier ministre a du renouveler ses prises de distances le 30 janvier 2006, lors d'une émission de la chaîne publique danoise TV2 organisée en duplex avec des capitales arabes. Dix-sept ministres de l'intérieur d'Etats arabes, réunis à Tunis, auraient néanmoins demandé au gouvernement danois de « sanctionner fermement » les auteurs des dessins[3].

Presse & contre-censure

ABC et El Periódico en Espagne, La Stampa et Il Corriere della Sera en Italie, Die Welt en Allemagne ont alors publié ces caricatures.

> *Elles auraient été reproduites, toutes ou en partie, dans 143 journaux de 56 pays, selon une enquête publiée hier par le magazine en ligne* eJour, *de l'Ecole de journalisme du Danemark. C'est surtout sur l'Internet que les caricatures danoises ont remporté le plus de succès. Le plus grand nombre de reproductions des dessins a été enregistré dans les pays industrialisés du monde occidental au sens large : Europe (70), Etats-Unis (14), Canada (3) Australie (2), Nouvelle-Zélande (3) et Japon (1). Mais les dessins litigieux ont aussi été publiés dans huit pays musulmans : Algérie, Egypte, Jordanie, Arabie*

[1] « Le Danemark empêtré dans des caricatures de Mahomet » Libération du 5 janvier 2006, Anne-Françoise Hivert.

[2] Article cité *supra*.

[3] « Copenhague s'excuse pour Mahomet » Libération du 1er février 2006, service étranger.

Saoudite, Maroc, Malaisie, Indonésie et Bosnie-Herzégovine. Aux Etats-Unis, aucun journal national n'a publié les dessins satiriques[1].

Les publications dans les pays musulmans ont néanmoins entraîné dans la plupart des cas des sanctions contre les responsables éditoriaux, voire la saisie et la destruction des exemplaires qui reproduisaient les caricatures :

Rares sont les médias qui l'ont fait dans le monde arabe et musulman. Ceux qui s'y sont risqués se sont vu infliger des sanctions variables, selon les pays, allant de la suspension provisoire de la publication à des poursuites judiciaires contre ses responsables.

C'est vrai en Egypte, où le quotidien Akhbar Al-Yom *s'est vu confisquer ses 40 000 exemplaires, déchirés un à un à la sortie de l'imprimerie, et où une enquête a été ouverte pour désigner l'auteur de la décision de reproduire les caricatures. C'est également vrai au Yémen, où quatre rédacteurs en chef sont poursuivis en justice, mais aussi au Maroc, où un journaliste du quotidien* Annahar Al-Maghribia *a été mis en examen, ainsi qu'en Algérie, où les directeurs des publications* Errisala *et* Essafir *sont en prison.*

En Indonésie, le rédacteur en chef du tabloïd Péta *a été inculpé pour blasphème, et, en Inde, son homologue du magazine* Shabbarth *a été suspendu. Et en Malaisie, trois publications,* Berita Petang Sarawak, Guangming Daily *et* Sarawak Tribune *ont été provisoirement suspendues.*[2]

En France, Le Monde, Libération et plusieurs organes de presse ont également tenu à réaffirmer leur liberté d'expression à cette occasion en publiant tout ou partie des dessins. En particulier, France Soir a publié l'intégralité des caricatures dans son édition du 1er février 2006. Or, après les protestations du Conseil français du culte musulman (SFCM), le directeur de la publication de France Soir, Jacques Lefranc, a été limogé par son propriétaire Raymond Lakah, «en signe de respect des croyances et des convictions de chaque individu»[3]. En réaction, la rédaction de Charlie Hebdo annonce la publication de ces caricatures dans son édition du 8 février 2006. Le CFCM a ensuite tenté de faire interdire en référé Charlie Hebdo,

---

[1] AFP, 2 mars 2006, dépêche reprise dans Libération du même jour « Les Caricatures de Mahomet surtout reprises en Europe ».

[2] « Ils ont osé montrer leur prophète » Le Monde du 24 mars 2006, Mouna Naïm et correspondants.

[3] « Crise autour des caricatures de Mahomet » Libération du 2 février 2006, service étranger.

mais a été débouté pour vice de forme[1]. Le journal a atteint à cette occasion un tirage record, plus de 600000 exemplaires en plusieurs retirages, après que l'édition initiale de 160000 exemplaires ait été épuisée en quelques heures.

Le CFM a annoncé le 8 février engager des poursuites contre les journaux qui avaient publié ces caricatures, suivant les déclarations de son président, Dalil Boubakeur, recteur de la mosquée de Paris : « Après avoir pris l'avis du groupe d'avocats, le CFCM, exprimant la volonté solidaire de toutes ses composantes, a décidé d'engager devant les tribunaux une action en justice»[2] ». Parallèlement, l'Union des organisations islamiques de France (UOIF) a lancé une pétition demandant le vote d'une loi contre « l'islamophobie ».

Le gouvernement français a également réaffirmé, par la voix de son porte-parole, Jean-François Copé, son attachement « à la liberté d'expression », mais dans « le respect des croyances de chacun », en tentant d'apaiser l'impact diplomatique de ces publications[3]. Le Président de la république Jacques Chirac a lui-même condamné « les provocations manifestes susceptibles d'attiser dangereusement les passions », condamnant implicitement le journal, lors du Conseil des ministres du 8 février 2006[4].

Cette affaire prend, en France, une résonance d'autant plus particulière que Charlie Hebdo revendique la filiation avec Hara-Kiri, un journal devenu emblématique des censures politiques. Ce journal, fondé en 1960 par Georges Bernier et François Cavanna, avait été interdit de publication à plusieurs reprises dans les années 60, contraint finalement de changer de nom pour contourner son interdiction par le Ministère de l'intérieur, pour avoir titré « Bal tragique à Colombey, un mort », à la mort du général De Gaule en novembre 1970, en référence à un incendie dans une discothèque qui venait de faire une centaine de morts près de Grenoble. Le journal s'est ainsi retrouvé de nouveau au centre de l'actualité mondiale : « Télévisions japonaises, radios tchèques... les médias du monde entier affluent à la rédaction » indique Le Monde[5]. La police doit même protéger les locaux du journal, retournement ironique par rapport à la situation des années 1960.

---

[1] « Le Mahomet de Charlie est en kiosque » Libération du 8 février 2006, Laurent Guenneugues.

[2] « Plainte et manifestation contre les dessins de Mahomet » Libération du 11 février 2006, Catherine Coroller.

[3] Article cité.

[4] « M. Chirac condamne "toute provocation", "Charlie Hebdo" réimprime » Le Monde du 10 février 2006, Béatrice Gurrey.

[5] « En France, Charlie hebdo veut défendre la liberté d'expression » Le Monde du 12 février 2006, Pascale Santi.

Par rapport à l'état de la jurisprudence, les poursuites initiées par le CFCM semblent avoir peu de chances d'aboutir : nous avons vu, par exemple, que Dieudonné a été relaxé des accusations d'antisémitisme après un sketch dans l'émission d'Olivier Fogiel où il caricaturait un juif faisant le salut nazi. Cette affaire a eu également des rebondissements dans la presse, Dieudonné précisant régulièrement sa position dans des entretiens. Ainsi, dans des propos repris par le magazine Lyon Capitale, il déclarait : « Les juifs, c'est une secte, une escroquerie, c'est une des plus graves parce que c'est la première »[1]. Il avait été relaxé le 30 juin 2004 par la 11ème chambre de la cour d'appel de Paris, ses propos, suivant la cour, ne visant pas la communauté mais la religion juive. Le 15 mars 2005, cette décision est pourtant invalidée par la Cour de cassation, sur un pourvoi formé par le Consistoire. Le 9 février 2006, La 11ème chambre confirme néanmoins sa première décision :

> *Replacée dans son contexte, la phrase ne vise pas la communauté juive en tant que communauté humaine, mais la religion juive* [...] *Dieudonné M'Bala M'Bala la fustige au même titre que la religion musulmane et la religion catholique, tout en faisant peser sur la religion juive une responsabilité particulière en tant que première religion monothéiste.*
>
> *La phrase poursuivie relève d'un débat d'ordre théorique sur l'influence des religions et ne constitue pas une attaque dirigée vers un groupe de personnes en tant que tel.*

Suivant cette jurisprudence, la condamnation judiciaire des caricatures impliquerait donc d'admettre qu'elles ne visent pas la religion musulmane mais une communauté.

Il a cependant été condamné pour diffamation à l'égard de la communauté juive à 5000 euros d'amende par la 17ème chambre correctionnelle de Paris le 10 mars 2006, pour des propos tenus dans le Journal du Dimanche du 8 février 2004. Il expliquait dans un entretien, à propos des insultes qui lui étaient adressées lors d'un spectacle perturbé à la bourse du travail à Lyon :

> *Ce sont tous ces négriers reconvertis dans la banque, le spectacle et aujourd'hui l'action terroriste, qui manifestent leur soutien à la politique d'Ariel Sharon. Ceux qui m'attaquent ont fondé des empires et des fortunes sur la traite des noirs et l'esclavage.*[2]

Le tribunal a noté que l'humoriste faisait directement référence à l'imagerie antisémite :

---

[1] « Dieudonné à nouveau relaxé en appel » Libération du 10 février 2006, Blandine Grosjean.

[2] « Dieudonné ne fait plus rire la justice » Libération du 11 mars 2006, Didier Arnaud.

> *Sous couvert de stigmatiser ses détracteurs, il (Dieudonné) désigne à la vindicte les juifs en les assimilant à des marchands d'esclaves qui auraient bâti des fortunes sur la traite des noirs, ayant ainsi tiré profit d'un crime contre l'humanité.*

Cette distinction entre communauté et religion semble au centre du problème, un journal de Téhéran ayant ainsi lancé une contre-proposition, sous forme d'un appel à caricatures à propos de la Shoah, que le responsable de la rédaction de Charlie Hebdo s'est dit prêt à publier, non plus au nom du droit à la liberté d'expression, mais au titre de la lutte contre le négationnisme.

Or, une des fonctions de ces polémiques est peut-être bien « d'essentialiser » des catégories, en manifestant leur existence pragmatique et en répercutant ces catégories comme des termes de l'analyse. Le « monde arabe » ou le « monde musulman » sont des catégories qui ne se recouvrent pas et dont la cohérence sociale et politique est tout aussi problématique que celle d'un hypothétique « monde occidental ». Ces termes n'en sont pas moins repris systématiquement à la télévision, en tant que donnée constitutive et explicative du problème.

Ces polémiques remplissent sans doute également des fonctions pragmatiques, à la fois dans la lutte entre prétendants au leadership des communautés ainsi postulées et dans le renforcement de la cohésion de celles-ci : la controverse permet de faire exister ces catégories. Ceux qui manifesteraient le mieux la norme ainsi actualisée, « performée », peuvent en devenir naturellement les chefs, suivant la définition des leaders d'opinion de Katz dans l'hypothèse des deux étages de la communication : *les leaders d'opinion sont à la fois les plus exposés aux médias et ceux qui bénéficient de la plus grande autorité dans leurs milieux sociaux*[1].

Dans la lutte qui oppose en France, par exemple, différentes associations cultuelles pour faire reconnaître leur leadership sur les musulmans présents sur ce territoire, on comprend parfaitement que le CFCM ne puisse faire qu'annoncer son intention d'entamer des poursuites. En obtenant la radicalisation des propos et en appelant à manifester, les associations moins reconnues, comme l'UOIF ou le Parti des Musulmans de France (PMF) ou

[1] Présentation du texte de Elihu Katz par Françis Balle et Jean Padioleau dans *Sociologie de l'information, textes fondamentaux* Larousse, Paris 1973, reprise dans Daniel Bougnoux *Sciences de l'information et de la communication, textes essentiels* Larousse, Paris 1993.

l'Union des Associations Musulmanes[1], peuvent prétendre à une plus grande représentativité normative, et donc, à terme, à une plus grande reconnaissance institutionnelle.

Mohamed Latrèche, président du PMF aurait ainsi déclaré, lors de la manifestation organisée par son mouvement, le 11 février 2006 à Strasbourg :

> *Quand vous dépassez les lignes rouges, vous allez réveiller le monde musulman. Et quand on réveille le monde musulman sur la personne de notre guide, de notre référent, vous allez unir (les musulmans) qu'ils soient salafistes, qu'ils soient intégristes, qu'ils soient islamistes, qu'ils soient terroristes.*
>
> *Ces caricatures auraient pu s'arrêter au Danemark, mais les diffuser en France, les diffuser ailleurs, c'est remuer le couteau dans la plaie »*[2]

On retrouve encore cette idée dans les propos rapportés par Libération lors de la manifestation du 11 février à Paris : « Le CFCM ne nous représente pas. On n'a pas voté pour lui. Ils passent leur temps à manger des petits fours »[3].

Deux députés UMP, Jean-Marc Roubaud le 28 février 2006 et Éric Raoult[4], ont proposé de modifier la loi sur la liberté de la presse à la suite de cette manifestation, de façon à permettre des poursuites légales contre les caricatures pouvant être ressenties comme insultantes envers une religion[5].

Le député expose ainsi ses motifs :

> *La liberté d'expression ne saurait donner le droit de bafouer, de désinformer ou de calomnier les sentiments religieux d'aucune communauté ou d'aucun État quel qu'il soit. Aussi, la République française se doit, par une proposition de loi, de sanctionner tout*

---

[1] « Manifestations à Paris et à Strasbourg contre la publication des caricatures de Mahomet » Le Monde du 11 février 2006, avec AFP.

Voir également Libération du 13 février 2006 dont le titre de *une* renvoie directement à cet aspect : « L'islam de France cherche sa voix ».

[2] Propos reproduits dans l'article et la dépêche citée.

[3] « Les musulmans investissent la rue » Libération du 13 février 2006, Catherine Coroller, Thomas Calinon & Mourad Guichard.

[4] Question au gouvernement n°87189 du 28 février 2006 *portant sur l'absence d'une réponse européenne unique et cohérente à la campagne dite des caricatures de Mahomet*.

[5] Proposition de loi n°2895 *visant à interdire les propos et les actes injurieux contre toutes les religions* présentée par Jean-Marc Roubaud enregistrée le 28 février 2006.

Lettre-type du député expliquant sa proposition de loi (mars 2006) disponible sur son site personnel : http://www.jmroubaud.com/pdf_2006/Caricatures_reponse%20JMR2006.pdf .

Voir également la proposition de loi *visant à renforcer le contrôle des provocations à la discrimination, à la haine ou à la violence* enregistrée sous le n°2957 déposée le 14 mars 2006 par François Grosdidier.

> *discours, cri, menace, écrit, imprimé, dessin ou affiche portant atteinte volontairement aux fondements des religions.*

La caricature serait prise en compte dans le champ de la loi du 29 juillet 1881 régissant la liberté de la presse dans le cadre des *crimes et délits commis par voie de presse*[1]. L'article 29 de la loi serait ainsi modifié :

> *Tout discours, cri, menace, écrit, imprimé, dessin ou affiche outrageant, portant atteinte volontairement aux fondements des religions, est une injure.*

Médias et limites d'expression

Le même principe de revendication d'une représentativité explique certainement la surenchère internationale qui a pu accompagner la diffusion mondiale de dessins, parus initialement dans une publication normalement dépourvue d'impact en dehors de son aire de distribution d'origine. Les leaders d'opinion se manifesteraient alors par leur capacité de « veille » par rapport aux propos et aux images dans les médias susceptibles de choquer, et donc de provoquer des surenchères normatives, et de rassembler la communauté qu'ils postulent et dans laquelle ils prétendent au leadership.

Comme on peut le voir dans les propos cités, ce système fonctionne d'autant mieux que la dénonciation des caricatures entraîne en réaction leur reproduction au nom de la défense de la liberté d'expression, ce qui alimente encore la dénonciation.

Il est également frappant que cette polémique concerne des caricatures, une des dernières formes d'expression à avoir été libéralisée en France. Les médias susceptibles de provoquer et de rassembler des foules semblent en effet avoir toujours été l'objet de suspicions particulières, l'affichage étant encore l'objet d'un contrôle assez strict. Par exemple, l'association Croyance et Liberté, émanation de l'Église catholique (la Conférence des évêques de France), a obtenu, le 10 mars 2004, l'interdiction d'une affiche publicitaire de l'agence Air Paris pour les créateurs de mode Marithé et François Girbaud, qui détournait la Cène de Léonard de Vinci.

Dans son jugement, le TGI a précisément noté que « le choix d'installer dans un lieu de passage obligé du public cette affiche aux dimensions imposantes constitue un acte d'intrusion agressive et gratuite dans les tréfonds des croyances intimes ». Le jugement sera confirmé en appel le 8 avril 2005, le tribunal considérant « [qu'il] est fait gravement injure aux sentiments

---

[1] « Éric Raoult veut mettre au pas les caricaturistes » Libération du 22 mars 2006, Catherine Coroller.

religieux et à la foi des catholiques et [que] cette représentation outrageante d'un thème sacré détourné par une publicité commerciale cause un trouble manifestement illicite ».

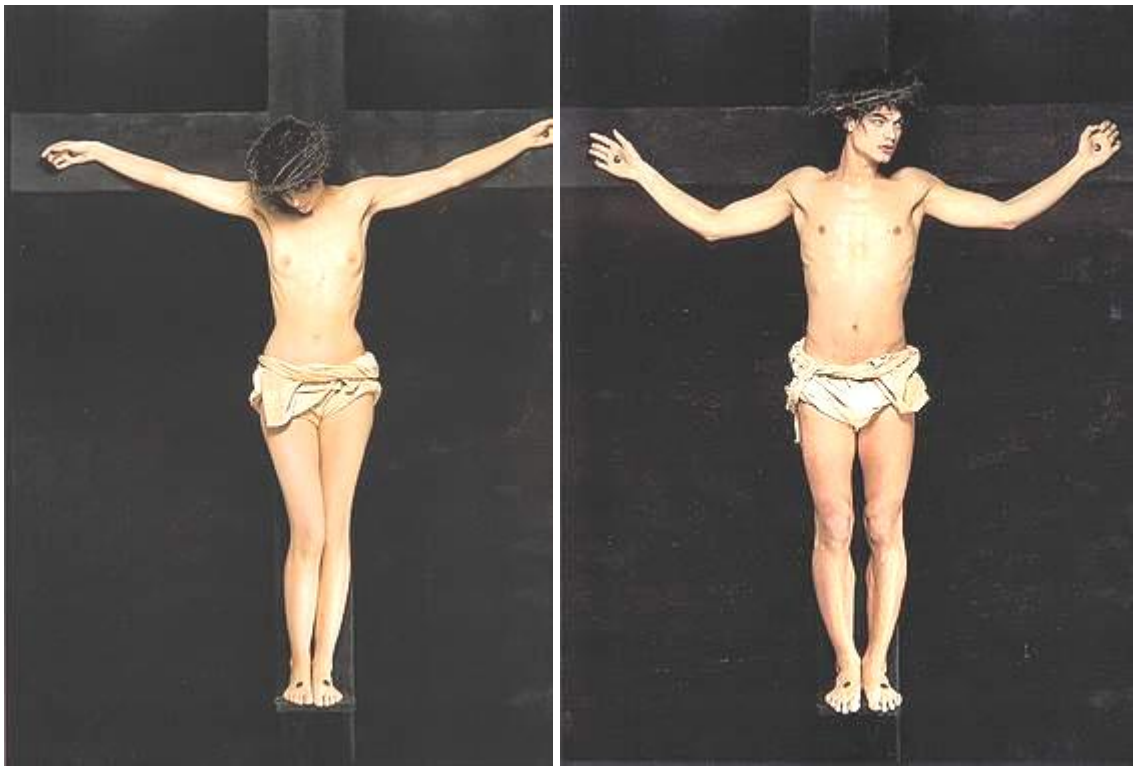
La Cène par l'agence Air Paris pour Marithé et François Girbaud, 2004

Un des rares précédents en France d'interdiction d'une affiche, pour un motif religieux, concerne le film de Jacques Richard Ave Maria en 1984.

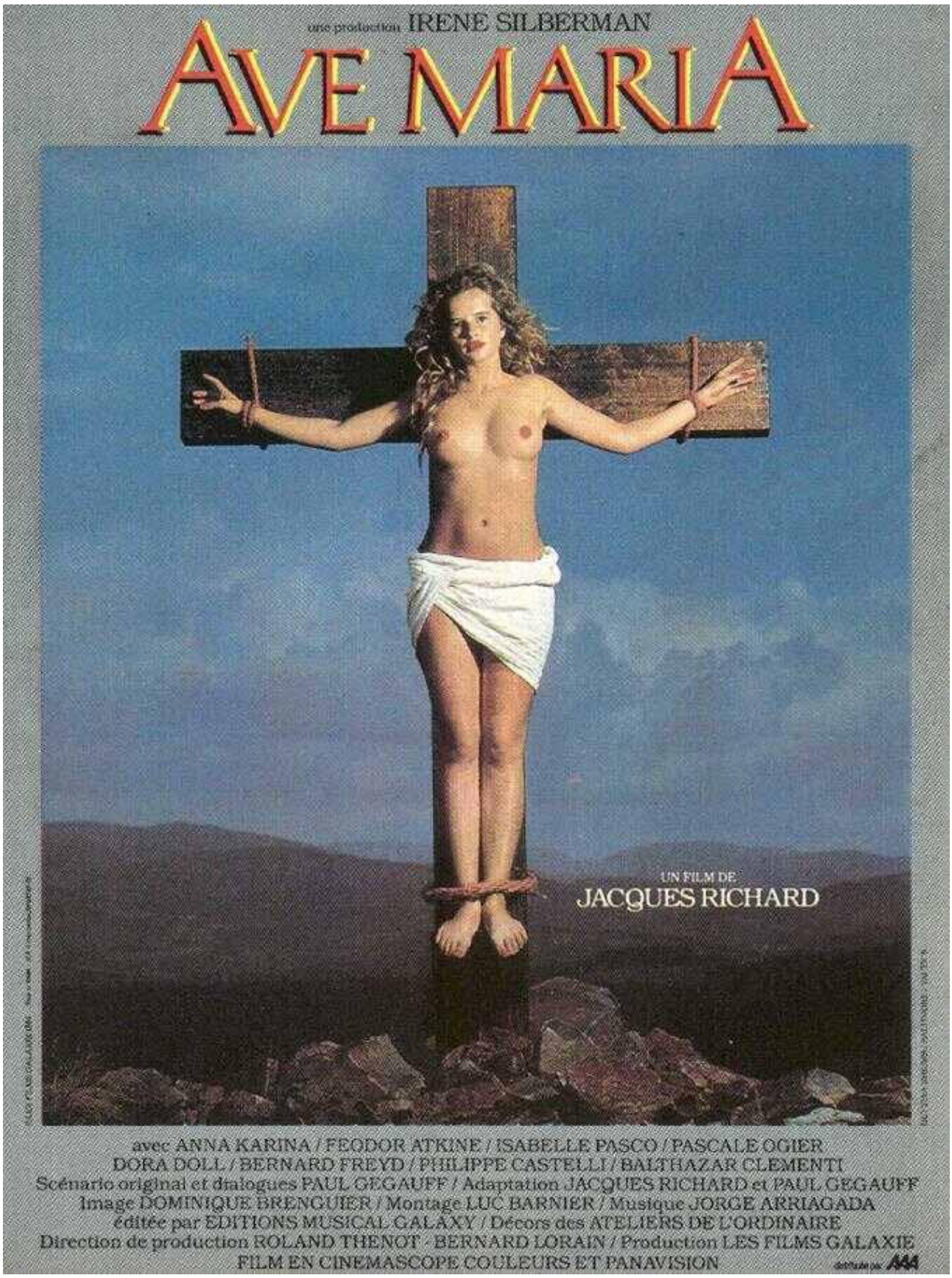
La question religieuse est donc particulièrement sensible, donnant parfois lieu à des converses quand des artistes reprennent à leur compte l'iconographie religieuse : Bettina Rheims ou Pierre et Gilles ont pu proposer des détournements de l'imagerie chrétienne dans des thématiques proches.

La série INRI de Bettina Rheims, publiée en octobre 1998 avec des textes de Serge Bramly, avait alors été qualifiée de « mises en scènes provocantes » par le père Olivier de la Brosse, pour la Conférence des évêques de France, qui regrettait en particulier le fait de « détourner les symboles sacrés de la foi ». L'éditeur, Albin Michel, a même été précisément suspecté d'avoir imposé la photographie d'une crucifiée les seins nus en couverture, dans l'intention de susciter un scandale qui amplifierait la publicité de l'ouvrage[1].

[1] Luc Le Vaillant « La chair et Christ », dans Libération du 21 octobre 1998.



Inri, Bettina Rheims, 1998



Affiche du film Ave Maria, 1984

L'épiscopat s'abstiendra d'entamer des poursuites, l'exposition du livre étant limitée aux librairies[1]. Un prête lefebvriste, Philippe Laguérie, attaquera néanmoins trois librairies bordelaises en référé. Après avoir obtenu en première instance que l'ouvrage soit placé « en dehors de la vue du public », il sera débouté le 16 novembre 1998 et condamné aux dépens[2]. Les attendus du premier jugement étaient effectivement particulièrement étonnants[3] : « la nudité de la partie supérieure du corps [qui] peut rappeler la fille publique de l'évangile dans une attitude offerte à la concupiscence de la chair, est de nature à choquer vivement les sentiments religieux d'un public dont l'attention a été captée à son insu ».

Une procédure similaire initiée par l'Agrif (Alliance générale contre le racisme et pour le respect de l'identité française et chrétienne, suivant la LDH une émanation du Front National dirigée par Romain Marie) à Paris, avait été immédiatement déboutée.

Un autre exemple d'exacerbation de la sensibilité religieuse concerne l'émission de Canal Plus Les Guignols de l'Info, qui a été l'objet d'une mise en demeure par le CSA lors de son assemblée plénière du 10 mai 2005, pour une séquence diffusée le 20 avril 2005[4].

> *Canal+ a diffusé le 20 avril 2005 dans l'émission humoristique intitulée* Les Guignols de l'info *une séquence traitant de l'élection du nouveau pape, Benoît XVI, séquence au début de laquelle apparaît à l'écran un bandeau comportant la mention : « Adolf II » et au cours de laquelle la marionnette représentant le nouveau pape tient les propos suivants : « Je vous bénis au nom du père, du fils et du troisième Reich » ;*
>
> *Considérant que l'assimilation du pape Benoît XVI à un tenant du régime nazi dans l'émission intitulée* Les Guignols de l'info *a porté atteinte à son image, à son honneur et à sa réputation ; qu'en outre, la société Canal+ n'a pas respecté les différentes sensibilités religieuses de son public et a encouragé des comportements discriminatoires en raison de la religion ou de la nationalité* [le conseil décide de

---

[1] Voir Christophe Saby « La Communication de l'Église catholique en France depuis 1978 », mémoire de fin d'études politiques, IEP de Lyon Université Lumière Lyon II, sous la direction de Max Sanier, juin 1999.

[2] « L'Absolution du livre de Bettina Rheims, INRI » L'Humanité du 17 novembre 1998, Magali Jauffret.

[3] Voir les recensions de la Ligue des Droits de l'Homme, dont l'intervention dans cette procédure judiciaire a été jugée recevable par la cour pour « défendre des droits qu'elle estime bafoués », par Dominique Delthil, avocat de la LDH : Homme & Liberté n°102, décembre 1998.
http://ww.ldh-france.org/media/hommeslibertes/D%2520actu%2520102c2.pdf .

[4] Décision du CSA disponible sur le site du Conseil :
http://www.csa.fr/actualite/decisions/decisions_detail.php?id=25721 .

> mettre la chaîne en demeure de respecter sa convention, la loi et la jurisprudence ; 3 articles, dont décision de publication au J.O.].

Ensuite, des représentants des associations d'auteurs[1], venus « faire part de leur très vive préoccupation concernant cette mise en demeure, dans laquelle ils voient une remise en cause du droit à la caricature et une décision partiale »[2] ont été reçus le 27 juin 2005 au CSA par Dominique Baudis. Le Président du CSA a justifié la décision du conseil, en soulignant que la chaîne et les producteurs avaient présenté leurs excuses avant même l'intervention du CSA, ce qui prouvait donc qu'ils avaient conscience du problème. D'autre part le CSA a rappelé la rareté des décisions de ce type, contestant le risque d'autocensure à la télévision qui pourrait résulter de ces mises en demeure suivant les associations d'auteurs.

Le CSA avait déjà signalé des problèmes liés à la caricature de la Cène, susceptibles en outre de choquer le jeune public :

> *Le Conseil a reçu des courriers relatifs à des séquences, généralement programmées dans les émissions d'humour, jugées par les téléspectateurs comme des attaques contre la religion catholique ou des atteintes à la foi ; le cas le plus spectaculaire ayant été une séquence des* Guignols de l'info *mettant en scène la marionnette de Philippe de Villiers devant un tableau de la Cène qui s'animait, les apôtres étant représentés comme des débauchés décadents*[3].

L'autonomie reconnue à l'espace artistique, bien que parfois menacée, constitue une certaine garantie de liberté d'expression tandis que la caricature et la publicité semblent donc beaucoup plus exposées.

Censure et humour

L'impact particulier de la caricature tient peut-être à sa dimension facilement accessible, synthétique et ne comprenant pas ou peu de texte. Pourtant, le sens d'une caricature peut facilement être mal compris voire volontairement faussé : les caricatures danoises auto-ironisaient ainsi largement par rapport à la provocation du journal. L'un des dessins intitulé

---

[1] ARP : Pierre Jolivet ; CDA : Marie-Anne Le Pezennec, Eric Kristy ; GROUPE 25 IMAGES : Charles Nemes ; SACD : Nicole Jamet, Francis Girod, Pascal Rogard ; SRF : Catherine Legave, Pierre-Oscar Levy ; UGS : Christine Miller, Frédéric Krivine.

[2] Communiqué de la SACD du 29 juin 2005.

[3] Bilans 1999 de TF1, M6 et Canal Plus, La Lettre du CSA n°131, août 2000.

« Mahomet stoppe deux terroristes islamistes »[1] est sous-titré : « Du calme les gars, c'est juste l'œuvre d'un caricaturiste du sud-ouest du Danemark ! » ; « Le caricaturiste danois » et « Le caricaturiste doit dessiner Mahomet en clandestinité » caricaturent le dessinateur lui-même ; sur un autre dessin on voit un tableau sur lequel il est écrit en persan « Les journalistes du "Jyllands-Posten" sont une bande de provocateurs réactionnaires ».

L'interprétation d'une caricature, et donc son acceptabilité, relèvent d'une compétence culturelle et d'une orientation du regard très précise.

Rappelons, pour illustrer cet aspect dans un autre contexte, la défense de Charles Philippon, dont le journal La Caricature avait fait l'objet d'un procès, à la suite de la publication de dessins de Daumier ridiculisant Louis-Philippe[2] :

Louis-Philippe par Daumier et couverture du Charivari, 1834

> *Si pour reconnaître le monarque dans une caricature vous n'attendez pas qu'il soit désigné autrement que par la ressemblance, vous tomberez dans l'absurde. Voyez ces croquis informes auxquels j'aurais peut-être dû borner ma défense : Le premier croquis ressemble à Louis Philippe, vous condamnerez donc ? Alors il vous faudra condamner le second, qui ressemble au premier. Puis condamner cet autre qui ressemble au second. Enfin, si vous êtes conséquent, vous ne saurez absoudre cette poire qui ressemble aux croquis précédents.*

---

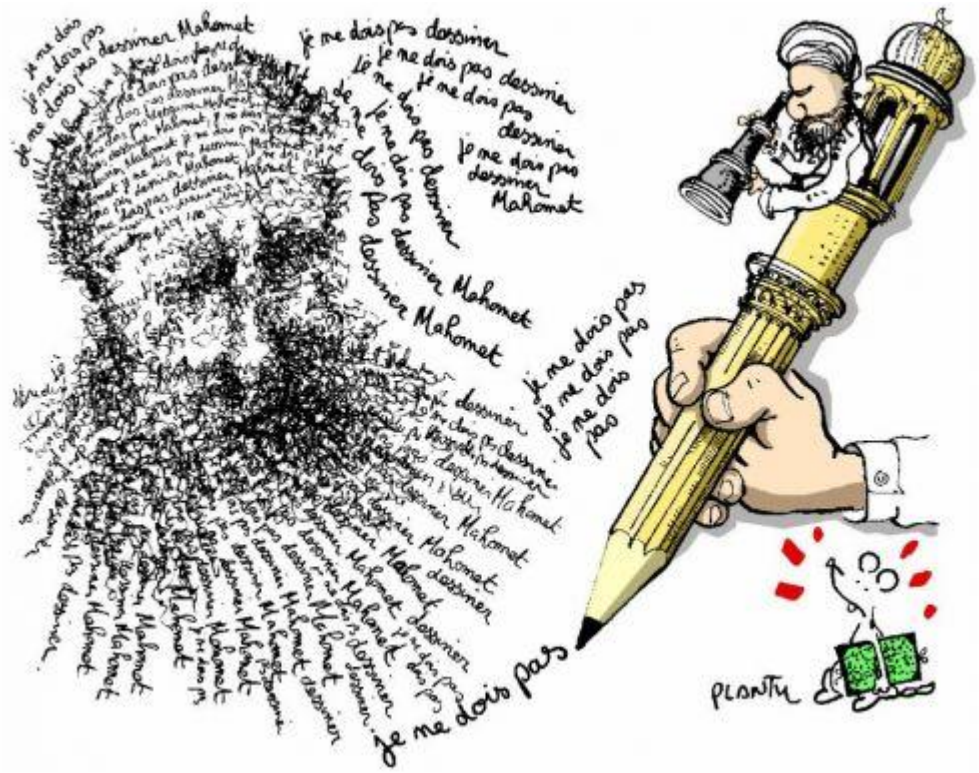
[1] Traduction et reproductions proposées sur le site du Nouvel Observateur : http://permanent.nouvelobs.com/cgi/edition/aff_photo?cle=20060202.OBS4859&offset=1 .

[2] André Pérès *Bergson, Le Rire* Commentaires, Ellipses, Paris 1998.

> *Ainsi pour une poire, pour une brioche, et pour toutes les têtes grotesques dans lesquelles le hasard ou la malice aura placé cette triste ressemblance, vous pourrez infliger à l'auteur cinq ans de prison et cinq mille francs d'amende !!*
> *Avouez Messieurs, que c'est là une singulière liberté de la presse !*

Le Charivari, qui fait suite à La Caricature, éditera ces dessins sous forme de planche avec le texte précédent. Condamné une nouvelle fois, il ira jusqu'à publier l'acte de jugement dans son édition du 27 février 1834, mais sous une forme de poire.

Le dessinateur Plantu s'est inspiré de ce procédé classique dans un dessin consacré à l'affaire des caricatures de Mahomet dans Le Monde, en se représentant lui-même copiant de multiples fois la phrase « je ne dois pas dessiner Mahomet » sous la surveillance d'un imam, jusqu'à en esquisser un portrait[1].



Les caricatures de la discorde, dessin de Plantu, 2006

[1] « Dieu, Mahomet et les dessinateurs » Le Monde du 2 février 2006, propos recueillis par Nathaniel Herzberg, Yves-Marie Labé et Mouna Naïm.

Rachi, La Poste 2005

Assez ironiquement, son dessin évoque pourtant plus directement la représentation de Salomon ben Issac de Troyes, Rachi, prestigieux exégète juif du XIème siècle auquel la poste française venait de rendre hommage par un timbre pour le 900ème centenaire de sa mort, que la figure, relativement rare dans la tradition iconographique, de Mahomet.

Ce procédé rappelle également un sketch des Monthy Pythons[1] où, pour indiquer la raison de la condamnation d'un blasphémateur, un magistrat juif se retrouvait obligé d'énoncer le nom de dieu, devenant lui-même l'objet de la lapidation.

Marcel Gotlib, God's Club, Fluide glacial 1972

[1] Life of Brian, Terry Jones 1978.

Il demeure que toutes les formes d'expression faisant appel à l'humour ont en elles-mêmes une force rhétorique d'ordre à la fois normative et ségrégative, au sens où l'on se moque d'un autre et où l'on rassemble donc à la fois, ceux qui sont prêts à se moquer et à l'affirmer, et ceux qui se sentent visés par cette moquerie.

En conclusion de son ouvrage[1], Bergson voyait justement dans le rire la construction d'un rapport de domination envers autrui :

> *Le Rire est, avant tout, une correction. Fait pour humilier, il doit donner à la personne qui en ait l'objet une impression pénible. La société se venge par lui des libertés qu'on a prises avec elles.*

Il semble que ces caricatures aient bien été interprétées sur cette base par ceux qui les ont contestées, comme le sous-entendent les contre-propositions de caricatures sur la Shoah[2].

Le phénomène de « dépliage » des significations d'un énoncé que nous avons évoqué en première partie, à propos de la diffusion de textes ou d'images ressenties comme insultantes sur Internet, se retrouverait amplifié dans cette affaire par l'aspect humoristique des caricatures.

Dans chacun de ces cas, ce qui demeure frappant, c'est que la volonté de contrôle et la manifestation d'un public ne correspondent pas à ce qu'il souhaiterait voir dans les médias, mais à ce qu'il n'aurait pas souhaité voir, ou à ce qu'il souhaiterait ne pas voir.

Parler au nom d'un public, et de ce qu'il souhaiterait ne pas voir, permet à la fois d'en manifester l'existence et de tenter d'imposer dans les médias sa propre image de chef de file. Il s'agit sans doute, avant tout, de réussir à véhiculer une image de leader pour pouvoir être reconnu comme tel, suivant le principe que décrivait Bourdieu de construction de l'existence sociale et politique en fonction de l'accès à la télévision, et de la réversion des bénéfices ainsi acquis pour les leaders dans leur propre champ[3].

Néanmoins, ces polémiques se sont construites pour l'essentiel en dehors de la télévision et d'Internet, mettant presque uniquement en jeu la presse et des réseaux diplomatiques ou cultuels ainsi que des manifestations de foule ou des harangues. La télévision et Internet ont

---

[1] *Le Rire. Essai sur la signification du comique* Puf, Paris 1940, p. 150.

[2] *Dans le cadre d'un concours international de caricatures sur l'Holocauste, lancé avec le quotidien iranien Hamshahri et intitulé : "Où est la limite de la liberté d'expression en Occident ?", le site Internet de la Maison de la caricature de l'Iran a publié, lundi 13 février, un premier dessin sur ce thème* « Un site Internet Iranien publie une caricature de l'holocauste en réponse à celle de Mahomet » le Monde du 13 février, avec AFP.

[3] Pierre Bourdieu *Sur la télévision* Liber Raison d'agir, Paris 1996, p. 21 et pp. 56 à 62.

surtout constitué des chambres d'échos, Internet permettant l'accès mondial aux sources et la télévision assurant la visibilité des manifestations. La presse comme enjeu d'expression et les différents niveaux de relations interpersonnelles, comme autant de filtres et de moyens d'accès aux médias, semblent donc toujours aussi importants. Peut-être parce que ce sont bien ces niveaux qui constituent en premier lieu des enjeux de légitimité. La convergence, en tant que telle, renvoie alors à la possibilité d'énoncer des jugements sur des images ou des discours tout en les abstrayant de leur territoire initial d'acceptabilité.

Plusieurs émissions de télévision[1] sont ainsi revenues en mars 2006 sur les « dessous de l'embrasement » dû aux caricatures. Tout en remarquant que « dans le monde arabe télévision et Internet jouent aussi leur rôle », le reportage analyse ces évènements comme étant le résultat de la campagne de l'imam danois Ahmed Abou Laban qui aurait entrepris, en novembre 2005, une tournée de sensibilisation dans les différentes capitales arabes à l'origine des prises de position des instances islamiques.

Le cahier d'information qu'il aurait utilisé pour convaincre ses interlocuteurs ne contenait pas seulement les caricatures danoises mais des dessins provenant vraisemblablement d'un site d'extrême droite américain. Plus curieusement, une image d'un homme affublé d'un groin de cochon et d'oreilles factices, coiffé d'un tissus blanc-rosé, aurait également figuré parmi ces *images insultantes*. Or, il s'agirait de la photographie d'un garagiste de Tulle, lors du festival de cris de cochons de Trie-sur-Baïse d'août 2005 dans les Hautes-pyrénées, diffusée par Associated Press[2]. Ces images auraient été présentées alors par l'imam comme des exemples d'images insultantes trouvées sur Internet et retransmises par courrier électronique.

Il ne nous appartient pas de nous interroger sur l'origine ou la véracité de ces informations, mais simplement de noter l'impact de caricatures de caricatures ou du moins de l'argument qu'une caricature ayant eu un tel impact ne soit qu'un *hoax* : une image peut évidemment être détournée simplement en l'utilisant dans un autre contexte.

---

[1] Envoyé Spécial, magazine de la rédaction de France 2 présenté par Françoise Joly et Guilaine Chenu « Caricatures : les dessous de la colère », reportage de Mohammed Sifaoui, le 23 mars 2006.

Pièce à Conviction, magazine de la rédaction nationale de France 3 proposé par Elise Lucet et Hervé Brusini, « Les dessous d'un embrasement », le 31 mars 2006.

[2] Photographe : Bob Edme. Voir les pages de NBC sur MSN : http://www.msnbc.msn.com/id/8959820 .

Spécificité des moyens de contrôle

Internet est régulièrement dénoncé comme zone de « non-droit », alors que son contrôle technique est relativement aisé[1], tandis qu'il apparaît bien difficile de faire quoique ce soit d'illicite avec la télévision[2] (contrôle total de l'émetteur, mise en cause systématique des contenus et non-sens d'un contrôle de l'usage).

La désapprobation d'un usage, ou d'un contenu, ou d'un émetteur passe également par une grande gamme de nuances et de formes polémiques, suivant les lieux d'origine de la désapprobation et les contextes d'usage, ou suivant sa gravité, elle ne peut se réduire à une simple question de possibilité ou d'interdiction.

De même, la licité peut dépendre de notions différentes dont la distinction est parfois idéologique ou interprétative : outrage / violence / apologie ou incitation à la haine ou au crime, subversion, blasphème, dénigrement / insulte / diffamation, diffusion de secrets, mise en danger d'autrui, violation de l'intimité, non-paiement de droits / de taxes / d'une rémunération, vol, recel[3].

Qui plus est, l'entrée en terme de « média » recouvre des champs et des institutions susceptibles de disposer de statuts différents (ne serait-ce que la littérature ou le journalisme). En particulier, la censure s'avère proportionnelle à la facilité de lecture et à l'audience, les publications scientifiques ayant pu bénéficier d'un régime libéral beaucoup plus précocement que la caricature.

---

[1] La limite de la surveillance tient essentiellement à la nécessité d'une automatisation des contrôles face à un espace d'occurrences innombrables. Les techniques de recherche des contenus illicites ou de repérage de fichiers constituent ainsi un marché, au même titre que l'indexation générale du réseau. La Cnil a ainsi autorisé le 24 mars 2005 le Syndicat des Editeurs de Logiciels de Loisirs à mettre en place des systèmes de surveillance automatique des échanges de pair à pair. Emetteurs et usagers disposent également de moyens pouvant permettre de déjouer ce contrôle (« anonymisation », effacement des traces d'usage, pare-feu…), mais ils impliquent un investissement sensiblement supérieur (en terme de temps, d'attention, de matériel, de compétence… encore un autre marché) à un usage « transparent » – usage impossible au demeurant, ne serait-ce que pour se protéger des contrôles privés ou illicites (ce qui montre donc leur facilité) tels que les « logiciels espions » ou les vers informatiques.

[2] Ne pas payer sa redevance !?

[3] Le Ministère de l'intérieur répertorie les infractions liées à Internet suivant trois catégories principales : « infractions spécifiques aux technologies de l'information et de la communication » (fraude informatique), « infractions liées » (diffamation, provocation, atteinte aux personnes, contenus interdits) et « infractions facilitées » (escroquerie, contrefaçon). Voir également la convention européenne sur la cybercriminalité, série des traités européens n°185, Conseil de L'Europe, Budapest 23 novembre 2002.

Instance Contrôle Média	publication	contenus	usage
Imprimés	+ / - *Relatif* • maintient des structures officielles de contrôle (dépôt, enregistrement légal) • fin des censures officielles • mouvements ponctuels d'opposition dans l'espace public, polémiques	- *Limité* • législation protectrice (prescription rapide de la diffamation) • liberté d'expression, « autonomie du champ littéraire »	- - *Très faible* • fin des mises à l'index ou des poursuites pour recel de textes subversifs, • « fatwas » condamnées
Télévision	+ + *Très important* • encadrement strict des diffuseurs • concentration • mise en cause polémique de l'énonciateur	+ *Important* • instance de régulation compétente en matière de licité des contenus • sensibilité de l'espace public	- - *Impossible* • « panoptique inversé » : présupposer une fascination spécifique • contrôle réduit de fait à la ritualisation de l'usage
Internet	- - *Très difficile* • tout usager peut énoncer des contenus • pas de contrôle *a priori* possible • difficulté d'identification des énonciateurs • tentative légale d'impliquer les prestataires techniques dans le contrôle *a posteriori*	+ / - *Possible* • nombreux procès pour des causes commerciales (dénigrement de marque) ou éthiques • dispositifs techniques de filtrage des contenus • appels à la délation	+ *Assez aisé* • la consultation laisse une trace contrôlable sur l'ordinateur final et les serveurs • législation renforçant ce contrôle • identification des numéros d'IP (Pair à Pair)

La systématisation des positions dans un tableau de ce type peut néanmoins permettre de faire apparaître des différences importantes de statuts et d'autonomies des médias et des champs d'expression qui les investissent.

Le tableau comparatif précédent doit encore être complété en prenant en compte la radio, premier média électronique de masse, et la conversation, premier média dans l'approche de Mc Luhan. La conversation constitue en particulier le principal espace de construction de consensus rationnel si l'on suit Habermas, référent des Espaces Publics permis par les médias imprimés ou électroniques.

La particularité de la communication orale, ce sera l'intégration linguistique des formes d'acceptabilité des énoncés : il est très rarement nécessaire de devoir faire appel à une instance de censure extérieure[1]. La politesse demeure une des notions les mieux partagées, même si la diversité de ses formes d'expression (tant linguistiques que praximétriques) peut entraîner des malentendus dramatiques en situation « inter-culturelle ».

Nous proposons ici une définition d'un espace culturel comme espace où sont partagées les mêmes formes de la politesse (comme compétence communicationnelle), donc où les interactions sont statistiquement non conflictuelles. La perception de la violence, celle des autres milieux, celle des étrangers, trouve certainement ici une part d'explication : bien qu'il soit évidemment difficile de réduire la xénophobie et les préjugés de classe à une simple question de politesse, l'expérience de la pénibilité de ces interactions alimente sans aucun doute les stéréotypes.

Ces stéréotypes alimenteront les lectures privées des médias qui en alimenteront d'autant l'implication.

[1] Ce type d'outrage n'est en pratique poursuivi pénalement que s'il vise des dépositaires d'une autorité publique : représentants gouvernementaux, magistrats, policiers, ou s'il revêt une connotation qui aura été considérée légalement comme relevant d'une gravité politique particulière, c'est à dire ségrégative (sexiste, homophobe, raciste, antisémite). La sanction renvoie donc à des aspects politiques, institutionnels, plus qu'à l'aspect interactionnel.

Instance Contrôle Média	publication	contenus	usage
Conversation	- - *Rare* • atteinte à l'intégrité du locuteur LA VIOLENCE	+ + *Systématique* • auto et rétro-préservation du locuteur et de l'allocutaire : autocontrôle et rétrocontrôle des énoncés, procédés d'expression connexes[1] LA POLITESSE	+ / - *Variable* • effets de conformation et pression sociale et interactionnelle LA NORME
Radio	- - *Non effectif* • possibilité de brouillage, voire de destruction militaire des émetteurs, mais l'histoire de la radio demeure marquée par la difficulté d'exercice de ce contrôle[2], entraînant de véritables duels (Radio Londres VS Radio Paris, Voice of America, etc.) ✓ Image historique de propagande ou de contre-propagande	- - *Très difficile* • problème du contrôle d'un flux continu et de nombreux émetteurs, accentué par la forme « modalisée » de l'expression : par exemple : des auditeurs peuvent intervenir en direct par téléphone[3] ✓ connotation libertaire	+ / - *Assez difficile* • répression de l'écoute, éventuellement facilitée par les usages de dénonciation • limitation des postes récepteurs, ayant pu aller jusqu'à développer la cablo-diffusion plutôt que la radio-diffusion[4] ✓ pratique devenue privative, individuelle et mobile

[1] D'après Catherine Kerbrat Orecchioni, *Les Interactions verbales* (3 volumes), Armand Colin, Paris 1990 1992 1994. Par préservation des locuteurs, nous entendons bien ici la notion interactionnelle de « face ».

[2] Voir par exemple Tristan Mattelart, *Le Cheval de Troie audiovisuel. Le rideau de fer à l'épreuve des radios et télévisions transfrontières*, PUG, Grenoble, 1995.

[3] Le gouvernement français a ainsi regretté de ne pouvoir exercer un contrôle suffisant sur la radio du fait de ces limitations : voir Xavier Darcos, ministre délégué pour les questions d'enseignement scolaire, « la position du gouvernement » dans *Jeunes éducation et violence à la télévision* actes du colloque du 29 avril 2003, Institut de France (Académie des Sciences morales et politiques) p.8.

[4] En particulier en Union Soviétique.

Vers un droit qui dépasse la modernité

Il demeure qu'aussi bien dans le cas d'Internet, que dans celui de la télévision, les contrôles sont mis en avant par les autorités politiques essentiellement au nom de la protection de l'enfance – argument il est vrai plus probant dans le cas d'Internet que dans le cas de la télévision, les espaces d'échange textuels et de connexion physique étant moins forcément dissociés. C'est un argument du rapport « chantier sur la lutte contre la cybercriminalité » remis par Thierry Breton au ministre de l'intérieur le 25 février 2005, suite à une lettre de mission du 29 juin 2003.

Un des aspects les plus étonnants de ces propositions revient à réintroduire dans le droit la casuistique sur la possibilité, pour l'autorité judiciaire, d'utiliser des moyens captieux [1]. Comme le note Foucault[2], ces procédures sont délégitimées à la fin du XVIIIème siècle, après de nombreuses discussions, au nom de la rationalisation des systèmes de preuves et de l'application, au processus judiciaire lui-même, d'une logique de non-contradiction.

Ces moyens sont, en particulier, réintroduits dans le droit par la loi Perben II, destinée notamment à adapter les moyens de la justice à la cybercriminalité (« adaptation de la justice aux évolutions de la criminalité »), dont voici les principaux points mis en cause dans les polémiques politiques, dans la mesure où ils sortent des cadres légaux habituels[3] :

- Ces dispositions s'appliquent à la lutte contre la criminalité organisée, c'est à dire *tout groupement formé ou toute entente établie en vue de la préparation, caractérisée par un ou plusieurs faits matériels, d'une ou plusieurs infractions*, définition à la fois très ouverte et redondante avec la notion de « bande organisée » qui existe déjà dans le code pénal (article 132-71) .
    - La garde à vue passe à quatre jours.
    - La police pourra installer micros et caméras dans des domiciles privés.
    - Elle pourra effectuer des perquisitions de nuit.
    - Elle pourra rémunérer ses indicateurs.
- Or, la police peut décider de l'application de ces mesures en qualifiant tout délit « d'infraction en bande organisée » :

[1] Terme juridique consacré, utilisé notamment par Foucault.

[2] *Surveiller et Punir*, *op. cit*. p. 47.

[3] Points extraits de Politis du 12 février 2004 « lois Perben II : la justice bafouée » par Raphaëlle Besse Desmoulières, Thierry Brun et Marion Dumand, en réaction au vote de la loi le 11 février.

- S'il s'avère que l'affaire ne relève pas de la criminalité organisée, cette erreur de qualification ne constituera pas une cause de nullité de la procédure, l'infraction sera seulement requalifiée.
- La possibilité pour les policiers d'infiltrer des réseaux, jusqu'alors limitée aux affaires de terrorisme et de stupéfiants, est étendue.
    - Les policiers sont autorisés à se faire passer pour receleur ou complice des infractions. Ils n'auront pas le droit d'inciter au délit mais pourront mettre à la disposition des personnes suspectées les moyens (financiers, juridiques, transport...) dont elles ont besoin.

Urgences

Ces mesures ont encore été renforcées par l'application de « l'état d'urgence »[1] ,le 8 novembre 2005[2], prévu pour douze jours puis prolongé pour trois mois par le parlement et maintenu par le Conseil d'État. Cet état permet ainsi la construction de situations « d'illégalité objective », comme se rassembler malgré un couvre-feu, qui permettent de mener des arrestations judiciaires, en échappant aux questions de droit et d'interprétation jurisprudentielle et légale auxquelles la police judiciaire est habituellement soumise, celle-ci bénéficiant alors des facilités d'une police administrative. Ces mesures se veulent proches de la notion d'action préventive contre les infractions que l'on a observée au niveau des recommandations éducatives, notion qui, par ailleurs, n'est pas sans rappeler l'univers science-fictionnel de Philip K. Dick[3]. Le Conseil d'Etat a néanmoins jugé le 12 novembre qu'il n'y avait pas de « disproportion » entre ces dispositions, applicables à toute la France, et le caractère circonscrit à quelques villes des problèmes de violence. Un collectif de

---

[1] *J'ai décidé, en application de la loi du 3 avril 1955, de donner aux forces de l'ordre des moyens supplémentaires d'action pour assurer la protection de nos concitoyens et de leurs biens*. Annonce de Jacques Chirac en Conseil des ministres, propos rapporté dans Libération du 8 novembre 2005 « Chirac met la France en état d'urgence », Patricia Tourancheau. Il s'agit de la loi n°55-385 du 3 avril 1955, instituant un état d'urgence et en déclarant l'application en Algérie, utilisée depuis une seule fois en décembre 1984 en Nouvelle Calédonie, lors d'une situation d'émeutes à Nouméa.

[2] Voir pour l'analyse des implications légales de l'état d'urgence l'entretien avec Dominique Chagnollaud, directeur du centre d'études constitutionnelles de l'université Paris II, publié par Libération le 8 novembre 2005, Christophe Alix. L'état d'urgence est susceptible de recours administratifs, à l'inverse des notions d'état d'exception ou de l'octroi des pleins pouvoirs au chef de l'Etat prévus par l'article 16 de la constitution et utilisé par De Gaule en 1961.

[3] Voir Minority Report, adapté au cinéma en 2002 par Steven Spielberg.

professeurs de droits a formulé néanmoins une nouvelle requête en annulation le 5 décembre[1] :

> Pour *alerter le juge et l'opinion des graves menaces sur le régime de nos libertés publiques que faisait peser le maintien de l'état d'urgence qui n'est ni acceptable, ni légitime, ni juridiquement fondé, s'il répond simplement à des objectifs médiatiques ou politiques*.
>
> L'article cité souligne : *une démarche collective d'une telle ampleur est sans précédent dans toute l'histoire des facultés de droit*.

De fait, la mesure est apparue plus symbolique que pragmatique, les dispositions exceptionnelles permises par la promulgation de l'état d'urgence ayant été très peu utilisées. En pratique, il a seulement contribué à la publicité des maires qui ont demandé l'instauration d'un couvre-feu pour les mineurs sur leur commune.

Pourtant, lors de l'examen de la deuxième requête, ces dispositions seront maintenues, le juge des référés, Bruno Genevois, considérant que « des risques éventuels de recrudescence à l'occasion des fêtes de fin d'année» justifiaient la prolongation, tout en admettant que «les circonstances qui ont justifié les déclarations de l'état d'urgence ont sensiblement évolué »[2].

Après le dépôt d'une requête au Conseil constitutionnel[3] et l'annonce d'une nouvelle requête devant le Conseil d'État[4], l'état d'urgence sera finalement levé le 4 janvier en Conseil des ministres[5].

Symbolique, cette mesure semble surtout s'inscrire dans la continuité d'actions gouvernementales ou législatives tentant de dépasser les contraintes constitutionnelles qui garantissent les droits individuels. *Les esprits s'habituent à ce que l'État de droit soit potentiellement suspendu*, note ainsi Dominique Rousseau, professeur de droit constitutionnel et membre du collectif de juristes qui avait saisi en vain le Conseil d'État[6].

La relative absence d'impact médiatique et pratique de cette mesure doit peut-être amener à l'envisager avant tout comme une mesure de pair à pair, ou plutôt de maire à maire, cette

---

[1] « Des professeurs de droit contre l'état d'urgence », Libération du 6 décembre 2005, Dominique Simonot.

[2] Cité par Libération « Un texte qu'il était urgent de suspendre » Fabrice Tassel 3 janvier 2006.

[3] Par le collectif Place au droit.

[4] Voir Libération du 9 décembre 2005 « L'Etat d'urgence sous surveillance » Dominique Simmonot, et Libération du 30 décembre 2005 « L'Etat (d'urgence) vous souhaite une bonne année » Fabrice Tassel.

[5] « Jacques Chirac met fin à l'Etat d'urgence » Libération du 3 janvier 2006, Antoine Guiral.

[6] Libération du 30 décembre 2005, article cité *supra*.

mesure s'inscrivant aussi dans un ensemble de dispositions visant à renforcer leur pouvoir. Le projet de loi contre la délinquance, présenté en décembre 2005[1] par le Ministre de l'intérieur propose précisément de renforcer les pouvoirs discrétionnaires des maires, de leurs donner des moyens juridiques et financiers nouveaux, de mettre en place des mesures d'encouragement à la vidéosurveillance, de mettre sous la responsabilité des maires des « stages de soutien à la parentalité » ou des conseils « pour les devoirs et droits des familles », ce qui revient donc à renforcer leur pouvoir local d'intrusion publique dans la sphère privée de leurs administrés[2].

Ces aspects renvoient en premier lieu à des luttes partisanes internes, plus que d'un cadre de démagogie de masse ; il s'agirait d'une occurrence où les maires sont la cible directe des modifications législatives comme dans le *two step flow* de Katz. En proposant de renforcer leur pouvoir[3], il s'agit bien entendu de remporter leurs suffrages, ce qui peut être important au niveau de la désignation du candidat d'un parti.

Ainsi, l'avènement du « village global » impliquerait bien le renforcement des pouvoirs de contrôle des chefs de village.

La réinscription de la possibilité pour l'instance judiciaire de sortir du cadre légal pour provoquer la preuve, pour entraîner la manifestation d'un délit supposé intentionné, marquerait peut-être la fin d'un droit construit sur les référents de l'imprimerie, pour entrer dans un « cyber-droit » où la qualité souveraine de l'autorité réapparaît. Les espaces individuels privés protégés par la loi du regard de l'État, en particulier le domicile, sont de nouveau ouverts à l'investigation de la police avec un minimum d'encadrement judiciaire. Mac Luhan serait en quelque sorte confirmé par Foucault, si la fin des structures d'enfermement rationalisées marque bien le retour à de nouvelles formes de souveraineté.

On retrouve en outre toujours un attendu, suivant lequel s'établit un lien de causalité entre les représentations et les actes, présupposé déjà systématique dans le cas des règlements visant à contrôler l'exposition à la violence télévisuelle.

---

[1] Axes principaux développés devant les maires soit au parlement soit lors de réunions d'élus locaux, comme le congrès de l'Association des Maires de France où dans les organes de presse qui leurs sont destinés : voir par exemple La Gazette des Communes du 21 novembre 2005.

[2] Voir Libération du 27 décembre 2005 « Sarkozy pour un maire fouettard », Jacky Durand.

[3] Les maires réunis lors du Forum français de la sécurité urbaine, le 30 mai 2006 à St Denis, pour la rédaction du Manifeste des villes, ont manifesté leur opposition à ce projet jugé contre-productif, démagogique et dangereux.

« Des maires remontés contre la loi Sarkozy » Libération du 31 mai 2006, Jacky Durand.
Site du FFSU : http://www.ffsu.org/ffsu/home.aspx .

La télévision a ainsi été mise en cause par rapport aux violences en banlieues, les informations diffusées pouvant aggraver, voire provoquer les problèmes : « la télévision a joué à fond son rôle de tam-tam moderne », provoquant une « unité d'ensemble autour de slogans hostiles au Ministre de l'intérieur », analyse Lucienne Bui Trong. « Les émeutiers se sont retrouvés face à un discours médiatique fort alors que le discours politique était divisé »[1], les évènements s'enchaînant suivant un scénario parfaitement anticipable : « un jeune d'un quartier victime d'un drame qui éveille un réflexe de solidarité parmi ses pairs, l'émotion générant les rumeurs qui entraînent l'escalade de la violence »[2].

Cet effet de la télévision comme déclencheur de violence a pu être relevé dans d'autres contextes. Prime time war, un documentaire anglais de 1999[3], s'interrogeait ainsi sur le problème de la modification de l'événement par la simple présence de télévision, en croisant les regards de deux journalistes reporters d'images, l'un palestinien et l'autre israélien. À Hébron, la présence des reporters suffirait par exemple à déclencher les émeutes ou à en accentuer la violence. Les cameramen interviewés eux-mêmes, dès qu'ils se rendent compte qu'ils sont l'objet du reportage, se mettent à sur-jouer leur rôle. La caméra empêche de reculer ceux qui autrement renonceraient à un acte qu'ils savent suicidaire, suivant un principe qu'a pu relever également Chris Marker dans Level 5[4].

Pour répondre à ce hiatus entre pouvoir politique, médias et banlieues, le Ministre de l'intérieur a annoncé, le 17 février 2006, l'engagement d'un noir pour présenter le journal télévisé de TF1 à partir de l'été 2006, devant le club Averroès, structure qui défend l'image des minorités dans les médias. L'information a été confirmée par la chaîne deux semaines après, annonçant l'engagement de Harry Roselmack, présentateur sur Canal Plus, bien qu'il soit lié contractuellement à cette chaîne jusqu'à fin août 2006[5]. Cette clause d'exclusivité a effectivement été levée, à la suite de négociations entre les deux chaînes, pour qu'il puisse

---

[1] Déclarations lors de la journée d'analyse des violences urbaines de 2005 par le Centre de recherches politiques de Sciences-Po (Cevipof) et le Centre de sociologie des organisations (CSO), 21 février 2006 ; voir article *infra* et « Flambée de colloques sur les violences urbaines » Libération du 4 mars 2006, Jacky Durand.

Programme et compte-rendu de la journée d'étude : http://www.cso.edu/fiche_rencontre.asp?renc_id=54 .

[2] « Émeutes urbaines : sévère diagnostic d'une ex des RG » Libération du 3 mars 2006, Jacky Durand. Voir de Lucienne Bui Trong *Violences urbaines, des vérités qui dérangent* Bayard, Paris 2000, *Les Racines de la violence* Louis Audibert, Paris 2003, *La Police dans la société française* PUF, Paris 2003.

[3] Réalisé par Noam Shalev et Colin Luke, produit par Melanie Anstey, Mosaic Films, programme visionné à Input 1999, Fort-Worth.

[4] Argos Film / Karedas 1997.

[5] « Harry Roselmack sur TF1 : Sarko avait l'info » Libération du 8 mars 2006, Raphaël Garrigos et Isabelle Roberts.

être intégré comme présentateur sur LCI dès le changement de grille de Canal Plus, le 23 juin 2006. Il devrait présenter le journal télévisé de 20h sur TF1, en remplacement de Patrick Poivre d'Arvor durant l'été, à partir du 17 juilllet 2006[1].

Médias et traditions juridiques

Les évolutions juridiques sont notamment censées pallier la difficulté du contrôle d'Internet et l'accroissement de la violence. En quelque sorte, la dématérialisation et l'extension de la sphère privée que permettent les réseaux électroniques impliqueraient de traiter juridiquement les espaces privées suivant les même modalités que les espaces publics. Ces dispositions se retrouvent donc dans des considérations liées au contrôle des citoyens, justifiées principalement par les problèmes de terrorisme, de discrimination, d'émeutes et de déviances sexuelles. Le gouvernement a ainsi donné, comme explication des « violences urbaines » de novembre 2005, des appels à l'émeute lancés sur des *blogs*, des forums, des sites personnels ou par *SMS*. Trois auteurs de *blogs* ont été arrêtés le 8 novembre 2005, après désactivation de leur site par l'hébergeur, Skyrock[2]. Ces dispositions sont corrélativement largement commentées dans l'Espace Public comme autant d'atteintes aux libertés individuelles[3].

La nature de la « souveraineté » semble, par contre, assez différente de celle d'une société d'Ancien Régime : elle n'est pas personnelle et spécifique à un souverain, elle n'est pas reproduite de façon hiérarchique dans le cadre domestique, au contraire, et elle peut relever d'entités privées, entendu que des groupes économiques, des groupes de pression ou leurs prestataires techniques peuvent se voir déléguer l'enquête et l'établissement des preuves.

Ces évolutions recoupent évidemment une problématique très générale du droit, susceptible d'être fondée soit sur la protection de l'individu soit sur la protection de la société. Cette bipolarisation renvoie à deux traditions différentes en terme de fondement moral, dont Habermas a souligné l'origine en précisant sa propre position :

> *[…] elle partage, avec les « libéraux », la compréhension déontologique de la liberté, de la moralité et du droit issue de la tradition kantienne, et avec les communautariens,*

[1] « Le journaliste Harry Roselmack quittera Canal + pour TF1 le 23 juin » Le Monde du 23 mars 2006, Pascal Galinier.

[2] Voir « Trois blogeurs arrêtés », Libération du 8 novembre 2005.

[3] Voir par exemple les communiqués de la Ligue des Droits de l'Homme.

> *la compréhension intersubjective de l'individu comme socialisation, issue de la tradition hégélienne*[1].

L'Exécutif lui-même cesse en France d'être la référence inconditionnelle du droit à partir du début des années 1970, le Conseil constitutionnel intervenant de plus en plus couramment dans des questions relatives aux libertés individuelles (IVG, enseignement…)[2].

On observe en l'occurrence que le développement des technologies de communication et des médias électroniques amène vers un droit entraînant un renforcement du contrôle de l'État, alors que les médias imprimés se sont développés en même temps que le droit évolue vers une plus grande protection de l'individu. Le paradoxe est que ce renforcement du pouvoir d'intervention publique dans la sphère privée se fait à travers la reconnaissance de droits nouveaux aux individus (femmes, enfants, personnes en situation de faiblesse)[3] qui dépassent ceux de la micro-société privative familiale ou institutionnelle dans le cas de foyers ou d'établissements publics auparavant opaques[4]. Ces évolutions juridiques seront même parfois, à ces titres, l'objet d'attaques politiques contre la « dislocation » de la famille et des mœurs. L'exercice de ces droits fait, de ces espaces auparavant totalement privés, de nouveaux lieux de l'action publique.

Des formes de « fiction juridique » institutionnelles, comme l'accouchement sous X, tendent ainsi à être mises en cause par les tribunaux. Face à la volonté du parquet, l'administration a dû céder et enfreindre ses propres règles pour permettre l'identification du violeur présumé d'une jeune femme : un test ADN a pu être pratiqué sur l'enfant, pourtant déjà placé et théoriquement dégagé de tout lien de filiation. «Sur le plan éthique, l'histoire d'Avignon me pose un problème, on instrumentalise l'enfant pour obtenir la condamnation de son père génétique. C'est quelque chose qui va être lourd à porter. C'est la réalité, certes...» notait alors

---

[1] *De l'Ethique de la discussion* p. 180.

[2] On met ainsi souvent en avant la date du 16 juillet 1971 : *pour la première fois, le Conseil fonde sa décision sur une contrariété avec un principe fondamental reconnu par les lois de la République (la liberté d'association). Ce faisant, il consacre l'intégration dans le bloc de constitutionnalité du préambule de 1946, auquel le préambule de 1958 fait référence. En 1973, à propos de l'IVG (loi de finances pour 1974), il achèvera cette extension en se référant à un principe contenu dans la Déclaration de 1789 (le principe d'égalité)*. Damien Chamussy, communication du Service juridique du Conseil constitutionnel / Direction de la formation permanente de l'ENA 17 novembre 2003.

[3] Voir notamment la Convention européenne sur l'exercice des droits des enfants du 25 janvier 1996 (STE n°160), en relation avec la Convention des Nations Unies relative aux droits de l'enfant du 20 novembre 1989.

[4] Pour la dialectique judiciaire et institutionnelle dans la mise en lumière de cette opacité, voir par exemple l'affaire Emile Louis.

Marie-Christine Le Boursicault, magistrate et secrétaire générale du Cnaop (Conseil national pour l'accès aux origines personnelles)[1].

Droit familial et « fracture générationnelle »

L'évolution des politiques répressives utilise largement, pour sa promotion et sa légitimation, la mise en avant des victimes, ce que John Durham Peeters[2] a qualifié de « politique de la pitié ». La télévision joue alors un rôle éminent, en en assurant la visibilité et la lisibilité (au sens d'interprétation) et en jouant de l'empathie avec les victimes.

Une inversion du droit concerne alors le cadre domestique, dans l'ordre des preuves et des peines. Commensalité et autorité constituent maintenant des circonstances aggravant la peine, et limitant la crédibilité des preuves, alors qu'elle renforçait les témoignages[3] et diminuait, voire ne permettait pas, la qualification d'un crime sous l'ancien régime. À l'ordre d'autorité de l'homme sur la femme, du maître sur le serviteur, du riche sur le pauvre, de l'adulte sur les plus jeunes, qu'observait Foucault, se substitue cette notion de « prise en compte de la victime »[4].

Le texte sur les violences conjugales[5], adopté à l'unanimité des députés le 21 février 2006, en seconde lecture, établit ainsi la répression accrue du viol au sein du mariage et des « contraintes au mariage ». La proposition de loi porte également de 15 à 18 ans l'âge légal du mariage pour les femmes.

> *Les députés ont jugé "paradoxal", voire "choquant", selon les termes du rapporteur Guy Geoffroy (UMP) que l'acte "gravissime" de viol ne soit pas considéré comme une circonstance aggravante quand il concerne des conjoints, alors que la proposition de loi définit comme telles les violences dans le couple.*
>
> *Le Sénat avait jugé, lui, que le viol ne saurait être considéré comme plus grave lorsque son auteur est le conjoint de la victime.*

---

[1] « La recherche de la vérité plus forte que le secret de la naissance » Libération du 5 janvier 2006, Blandine Grosjean.

[2] *Speaking into the air : a history of the idea of communication* University of Chicago Press 2001.

[3] *Surveiller et punir* p. 47.

[4] Bien que les relations envers des « inférieurs » puissent faire l'objet de codifications et d'interdits très précis. Voir Pascal Quignard *Le Sexe et l'effroi* Gallimard, Paris 1994.

[5] Proposition de loi n° 2219, *renforçant la prévention et la répression des violences au sein du couple*. Rapport d'information fait au nom de la délégation aux droits des femmes et à l'égalité des chances entre les hommes et les femmes par Chantal Brunel.

Etapes de la procédure législative : http://www.assemblee-nationale.fr/12/dossiers/0400620405.asp#PDT .

> *Les députés ont également réinséré dans le texte le fait qu'une contrainte au mariage - une pression des parents par exemple - constituait un cas de nullité de l'union.*
> *En première lecture, l'Assemblée avait décidé d'introduire dans le texte les propositions de la mission famille visant à lutter contre les mariages forcés, dispositions acceptées par le Sénat à l'exception de celles sur les contraintes. Pour les sénateurs, le code civil était suffisamment précis sur ce point.*
> […] *En première lecture, l'Assemblée avait également renforcé les mesures de lutte contre les mutilations sexuelles, le tourisme sexuel et la "pédopornographie".*[1]

La loi a été adoptée définitivement par le parlement le 22 mars[2], intégrant également un article suivant lequel la transcription des mariages célébrés à l'étranger ne se fera plus de point droit mais sur décision administrative[3], ce qui semble en contradiction avec les conventions internationales et notamment les conventions européennes sur le droit à la vie familiale[4].

La pression des parents sur un mariage devient officiellement répréhensible et pourra être considérée comme une cause de nullité, alors que leur accord a pu longtemps être une condition de la légalité des mariages. L'arrangement du mariage, indépendamment de l'avis des mariés, n'est pas non plus une pratique si ancienne.

Léon XIII prenait déjà acte de cette évolution irréversible, à l'encontre des principes qu'il défendait :

> *La société domestique trouve sa solidité nécessaire dans la sainteté du lien conjugal, un et indissoluble ; les droits et les devoirs des époux sont réglés en toute justice et équité ; l'honneur dû à la femme est sauvegardé ; l'autorité du mari se modèle sur l'autorité de Dieu ; le pouvoir paternel est tempéré par les égards dus à l'épouse et aux enfants ; enfin, il est parfaitement pourvu à la protection, au bien-être et à l'éducation des enfants. Dans l'ordre politique et civil, les lois ont pour but le bien*

---

[1] AFP Paris, 21 février 2006.

[2] « Les violences conjugales plus sévèrement réprimées » dépêche AP du 23 mars 2006 reprise sur NouvelObs.com.

[3] Projet de loi n°2838, texte adopté n°557 : http://www.assemblee-nationale.fr/12/dossiers/validite_mariages.asp .

[4] En particulier l'article 8 de la *Convention européenne de sauvegarde des droits de l'homme et des libertés fondamentales* adoptée par les membres du Conseil de l'Europe en 1950 « toute personne a droit au respect de sa vie privée et familiale » et l'article 9 « Droit de se marier et droit de fonder une famille » de la *Charte des Droits Fondamentaux de l'Union européenne* proclamée le 7 décembre 2000 lors du Conseil européen de Nice.

> *commun, dictées non par la volonté et le jugement trompeur de la foule mais par la vérité et la justice*[1].

Voici, en écho, le constat établi quant aux « destructions des valeurs de la famille » par un groupe catholique opposé à Vatican II, militant pour la « sauvegarde de la civilisation chrétienne » reprenant, pour les déplorer, les principales évolutions du droit familial, bien que plusieurs références soient manifestement incomplètes, erronées et tendancieuses[2] :

> *Sans prétendre être exhaustif, on retiendra en novembre 1959, l'indexation des prestations familiales sur l'évolution du coût de la vie (fixé par les gouvernants) et non plus sur l'évolution des salaires, la loi du 13 juillet 1965 supprimant l'autorité paternelle, la loi du 4 juin 1970 sur le nouveau divorce (élargissement des cas de « faute »), la loi du 3 janvier 1972 portant statut unique pour l'enfant légitime et l'enfant naturel, en août 1974, l'abaissement de la majorité civile à 18 au lieu de 21 ans, la loi du 11 juillet 1975 sur le divorce par « consentement mutuel », en octobre 1981, l'abaissement de la majorité sexuelle à 15 ans (bien utile pour les pédophiles !)*[3]*, la loi du 22 juillet 1987 sur le « maintien de l'autorité parentale » en cas de divorce, « quel que soit le devenir du couple » et la « garde conjointe », la loi du 8 janvier 1993 sur l'autorité parentale conjointe ou « coparentalité », la loi du 15 novembre 1999 sur le PACS, la loi du 3 décembre 2001 mettant fin aux discriminations successorales à l'égard des enfants adultérins, la loi du 4 mars 2002 sur la transmission du nom patronymique (plus d'obligation de donner le nom du père à l'enfant).*

Il s'agit d'une évolution constante de la jurisprudence depuis le code pénal de 1810, que l'on retrouve également dans les principales réformes du code, en particulier celles de 1992[4], de 2000 et de 2004. L'évolution parallèle aggravant les crimes commis par une personne ayant autorité sur la victime, et en particulier la reconnaissance des atteintes commises par le chef

---

[1] Léon XIII, Encyclique *Immortale Dei* sur la constitution chrétienne des États, 1er novembre 1885.

[2] Dossier diffusé par l'Institut Civitas / Pour une Cité Catholique, 20, place de la Chapelle 75018 Paris ; directeur de publication : François de Penfentenyo ; rédacteur en chef : Jean-Marie Lagarde.

[3] Il s'agit en fait de l'alignement sur le cas général de la majorité sexuelle quel que soit le sexe des partenaires, dans le cadre de la dépénalisation de l'homosexualité en abrogation des lois de Vichy réprimant l'homosexualité (loi du 6 août 1942) dont le principe de discrimination demeurait (en particulier la différence d'âge en matière de majorité sexuelle, avant la loi du 4 août 1982). Des ministres avaient été mis en cause, sans aucune preuve, par la presse d'extrême droite entre 1981 et 1983 : la formulation fait implicitement écho à ces insinuations ; voir Frédéric Martel *Le Rose et le noir, les homosexuels en France, 1968 – 1996*, Le Seuil, Paris 1996.

[4] Le nouveau code pénal français, voté par une loi du 4 juillet 1992, est entré en vigueur le 1er mars 1994 pour remplacer le code pénal impérial du 12 février 1810.

de famille à l'encontre de sa femme et de ses enfants, entraîne parfois des évolutions croisées : ainsi un mari pouvait être poursuivi pour violence aggravée par son autorité sur la victime, dans la mesure où il était censé avoir autorité sur sa femme : cette autorité étant partagée depuis 1971, cette disposition ne tient plus ; par contre, le viol dans le cadre conjugal est reconnu depuis un arrêt de la cour de cassation de 1990. La même reconnaissance des effets d'autorité et de sujétion dans le domaine du travail apparaît à travers la prise en compte juridique du harcèlement sexuel.

Un scénario explicatif récurrent

Ces évolutions du droit familial sont néanmoins parfois évoquées par des élus de partis gouvernementaux comme les principales causes des différents désordres sociaux : les « violences urbaines » évoquées sont ainsi analysées en 2005, comme l'effet des politiques familiales, par l'adjoint au maire d'Orléans chargé de la sécurité, Florent Montillot, favorable à la mise en place de surveillances urbaines et familiales systématiques[1].

Une sorte de fantasme générationnel, basé sur une opposition irréconciliable entre générations, semble donc servir de source au droit et à l'action gouvernementale sur notre période. Or, cette opposition relève avant tout d'un scénario, celui que pointait Sabine Chalvon-Demersay dans *Mille Scénarios, une fiction*[2]. L'action politique semble dans cette perspective non seulement s'appuyer sur la visibilité des médias, mais sur des logiques proprement scénaristiques, comme une forme étrange « d'imagination au pouvoir ». Les termes « l'imagination *au* pouvoir » renvoyaient au contraire à une prise en charge des questions politiques par leurs destinataires eux-mêmes

Ce fantasme renvoie lui-même, sans doute, aux modifications des modalités d'accès dues au média que nous avons présentées et à la perception d'une perte de pouvoir correspondante par les parents et les institutions. Il renvoie aussi à l'incapacité d'appréhender des évolutions sociales dont l'ouverture de la cellule familiale et l'autonomisation des enfants (en termes juridiques notamment) est un des aspects principaux. L'évolution technologique et l'émergence de nouveaux médias, dont les usages sont forcément différenciés dans un premier temps, fournit de nouveaux arguments pour justifier l'existence d'un tel « fossé générationnel ».

---

[1] « Avec Montillot, la liberté est en sécurité » Libération du 3 décembre 2005, Gaël Guichard.

[2] *Mille Scénarios, Enquête sur l'Imagination en Temps de Crise* de Sabine Chalvon-Demersay, Métailié, Paris 1994.

La provocation politique tend évidemment à faire exister des troubles qui permettent de justifier la répression : Emmanuel Todd voit ainsi, dans l'emploi du terme « racaille » par le ministre de l'intérieur Nicolas Sarkozy à propos des *jeunes de banlieue*, une perte d'autorité typique du type d'erreurs que doivent éviter tous ceux qui prétendent à une autorité éducative[1] :

> *Si l'on s'intéresse au facteur déclenchant de la crise, le personnage de Nicolas Sarkozy a cessé d'être une image d'autorité. Le ministre de l'Intérieur a commis l'erreur de se mettre dans le groupe générationnel de ses interlocuteurs. Il est devenu, dans l'inconscient collectif des jeunes, le "voyou de Neuilly", agité plutôt que de droite. La première chose que l'on apprend aux professeurs qui vont enseigner dans ces banlieues est de ne jamais se mettre au niveau générationnel de leurs élèves.*

On peut également voir dans ce fait un jeu d'hypo-correction langagière directement destiné à exprimer un mépris, ou du moins à en signifier l'expression.

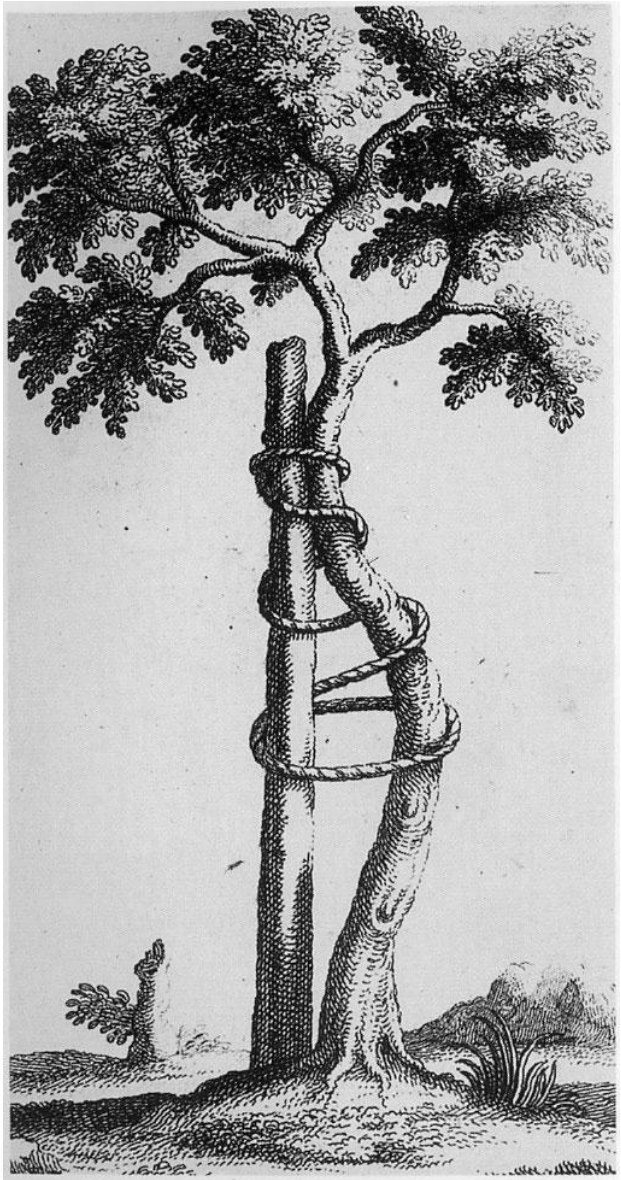
Jean-Pierre Chevènement, alors Ministre de l'intérieur, avait déjà contribué à élargir ce champ lexical et le répertoire des mots politiques célèbres en employant le terme « sauvageon »[2] en mars 1998, pour désigner les « jeunes délinquants multirécidivistes ». Jean-Pierre Chevènement a précisé les différences de connotation qui existent, selon lui, entre racaille et sauvageon[3] : « Le mot sauvageon a une signification précise : c'est un arbre non greffé. En le citant, je rapprochais les problèmes de sécurité de ceux d'éducation ».

---

[1] « Quelle crise des banlieues? Quatre chercheurs débattent de ces trois semaines de violence. » Par Pierre Rosanvallon, Jean-Pierre Le Goff, Emmanuel Todd et Eric Maurin dans Libération du lundi 21 novembre 2005.

[2] Usage métaphorique attesté en ce sens depuis Emile Zola (1883) d'après le *Dictionnaire historique de la langue française*, Robert, Paris 1992. Voir François Fichard « Sauvageons : un mot en politique » mémoire de DEA sous la direction de Paul Bacot et Patrick Lecomte, Institut d'Etudes Politiques de Lyon 2001.

[3] Le 1er novembre 2005 sur France Inter, émission de Pascal Paoli, extraits repris par l'AFP.



30 N. Andry. *L'orthopédie ou l'art de prévenir et de corriger dans les enfants les difformités du corps*, 1749.

Surveiller et Punir Planche illustrative Sauvageon, 1749

On peut également se demander si, en produisant sa métaphore, le Ministre de l'intérieur avait à l'esprit cette image de l'orthopédie, comme art de prévenir et de corriger les difformités des enfants, qui illustrait directement le propos de Foucault.

L'enjeu était alors, pour le Ministre, de promouvoir la réforme de l'ordonnance de 1945 qui définit le statut judiciaire des mineurs, de façon à entériner le fait qu'il ne s'agirait pas de problèmes relevant seulement de l'éducatif, mais du judiciaire.

Or, ce serait peut-être justement l'effacement des différences entre enfants et adultes qui entraînerait cette peur d'une jeunesse immaîtrisable et la volonté de sur-encadrer ses activités et ses médias en invoquant les conséquences désastreuses d'un « laisser-aller ».

Majorité sexuelle et majorité pénale

Ainsi, en même temps qu'évoluait l'âge de la responsabilité pénale, l'âge minimum de consentement sexuel a également évolué[1] : la notion, introduite en 1832 par la loi du 18 avril, fixe alors cet âge à onze ans. Relevé à vingt et un ans durant le régime de Vichy, assorti de mesures discriminatoires à l'égard des homosexuels, il est fixé à quinze ans depuis une ordonnance du 2 juillet 1945 ; plusieurs propositions ont été déposées depuis pour élever ce seuil tout en abaissant celui de la majorité pénale, par exemple la proposition 3447 du 5 décembre 2001, proposant de ramener à 16 ans ces deux majorités.

Il y a eu des propositions pour dépénaliser la sexualité adolescente dans les années 1970. Celles-ci ont abouti à la dépénalisation de l'homosexualité, malgré les campagnes virulentes de l'extrême droite que nous avons citées. Ce mouvement de libéralisation des mœurs semble cependant s'être inversé : les campagnes en faveur des droits des enfants ont peut-être entraîné un amalgame entre sexualité, pédophilie et violence qui a pu être politiquement exploité, dans le sens d'un renforcement légal des interdits moraux, en présentant implicitement les crimes sexuels à l'encontre d'enfants comme une conséquence de la libéralisation des mœurs.

Voici par exemple des extraits d'un communiqué publié dans le monde du 26 janvier 1977, signé notamment par Louis Aragon, Francis Ponge, Roland Barthes, Simone de Beauvoir, Gilles et Fanny Deleuze, André Glucksmann, Félix Guattari, Bernard Kouchner, Jack Lang, Catherine Millet, Jean-Paul Sartre, René Schérer, Philippe Sollers :

> *Les 27, 28 et 29 janvier, devant la cour d'assises des Yvelines vont comparaître pour attentat à la pudeur sans violence sur des mineurs de quinze ans, Bernard Dejager, Jean-Claude Gallien et Jean Burckardt, qui, arrêtés à l'automne 1973 sont déjà restés plus de trois ans en détention provisoire. Seul Bernard Dejager a récemment bénéficie du principe de liberté des inculpés. Une si longue détention préventive pour instruire une simple affaire de "mœurs" où les enfants n'ont pas été victimes de la moindre violence, mais, au contraire, ont précisé aux juges d'instruction qu'ils étaient consentants (quoique la justice leur dénie actuellement tout droit au consentement), une*

[1] Voir Emmanuel Pierrat *Le Sexe et la loi*, Arléa, Paris 1996.

si longue détention préventive nous parait déjà scandaleuse. Aujourd'hui, ils risquent d'être condamnés à une grave peine de réclusion criminelle soit pour avoir eu des relations sexuelles avec ces mineurs, garçons et filles, soit pour avoir favorisé et photographié leurs jeux sexuels.

Nous considérons qu'il y a une disproportion manifeste d'une part, entre la qualification de "crime" qui justifie une telle sévérité, et la nature des faits reprochés; d'autre part, entre le caractère désuet de la loi et la réalité quotidienne d'une société qui tend à reconnaître chez les enfants et les adolescents l'existence d'une vie sexuelle (si une fille de treize ans a droit à la pilule, c'est pour quoi faire ?) La loi française se contredit lorsqu'elle reconnaît une capacité de discernement d'un mineur de treize ou quatorze ans qu'elle peut juger et condamner, alors qu'elle lui refuse cette capacité quand il s'agit de sa Vie affective et sexuelle. Trois ans de prison pour des caresses et des baisers, cela suffit. Nous ne comprendrions pas que le 29 janvier Dejager, Gallien et Burckhart ne retrouvent pas la liberté.

Une lettre ouverte à la commission de révision du Code pénal de mai 1977, signée par Françoise Dolto, Louis Althusser, Jacques Derrida, André Glucksmann[1], Roland Barthes, René Schérer, Guy Hocquenghem, Félix Guattari, Michel Foucault et Gabriel Matzneff[2] dénonçait également la confusion des actes commis sur des moins de 15 ans par des adultes ou par des mineurs de 15 à 18 ans. Or, ces textes se retrouvent cités dans la rubrique « pétitions équivoques »[3] d'un mouvement de défense des droits des enfants, Dignaction, qui précise « nous condamnons sans nuance les individus et organisations qui cultivent de subtiles distinctions entre "bons et mauvais pédophiles", entre "pédophiles plus ou moins dangereux" ou qui ne combattent que les pédocriminels de telle ou telle catégorie, religion ou profession. La lutte contre la pédocriminalité ne se divise pas. »[4]

---

[1] D'après le site du mouvement Dignaction.

[2] D'après Gabriel Matzneff, entretien au journal L'Humanité du 13 novembre 2002 « Les Lettres Françaises Gabriel Matzneff : le décervelage est à l'ordre du jour », Franck Delorieux.

[3] http://www.decadi.com/dignaction/Fpetit.html .

[4] Page de présentation du mouvement : http://www.decadi.com/dignaction/Fcontact.html .

Autonomie des espaces privés, artistiques et professionnels

La régulation de la sexualité relèverait donc, au nom des droits individuels, de l'interventionnisme de l'État[1]. L'espace d'intervention de la justice dans l'espace privé s'agrandit donc d'autant.

Il investit également des espaces dont le caractère privatif relevait de l'intérêt général, comme celui du secret professionnel. La loi sur la protection de l'enfance du 2 janvier 2004, en a, en effet, considérablement diminué la portée dans le cadre d'une volonté d'augmentation de la protection des mineurs[2]. Dans le domaine juridique même, la loi Perben du 9 mars 2004, en réformant le code de procédure pénal, a introduit des limitations importantes au statut des avocats[3] tout en s'inspirant de procédures[4] auxquelles les séries américaines avaient habitué les téléspectateurs français : lecture des droits des personnes arrêtées, possibilité de plaider coupable.

L'espace artistique lui-même, pourtant généralement entendu comme relevant d'une sphère autonome marquée par la liberté d'expression artistique, peut être mis en cause suivant les mêmes attendus : l'artiste néerlandaise Kiki Lamers a été condamnée à être emprisonnée en août 2004, pour « obscénité »[5]. Or, la jurisprudence renvoie à la notion de « valeur artistique », qui n'est pas très stable dans les attendus des jugements, puisqu'elle relève d'une dimension fortement interprétative, en fonction de la culture du juge et de sa propre lecture de l'intentionnalité de l'auteur[6].

Le contrôle des droits d'auteur dans l'usage qui serait fait des copies privées va encore dans ce sens. L'espace domestique cesse d'être un lieu échappant au droit commun, une

---

[1] Voir *La Liberté sexuelle*, ouvrage collectif sous la direction de Daniel Borillo et Danièle Lochak, PUF, Paris 2005.

[2] Voir « Secrets professionnels. Qui protège-t-on ? À propos des dispositions introduites par la loi sur la protection de l'enfance » dans La Revue de l'Action Juridique et Sociale - RAJS - JDJ - N°233 - 7 mars 2004, Jean-Luc Rongé. Cette loi vise également à *améliorer la définition du harcèlement sexuel* (article 7) à *prendre en compte l'utilisation des nouveaux médias et notamment du réseau Internet* (article 9), à l'interdiction de diffusion aux mineurs de documents ou de vidéos pornographiques, ainsi qu'à élargir et aggraver certaines peines, en particulier l'incitation des mineurs à commettre un délit.

[3] Article 434-7-2. Voir le communiqué du Syndicat des Avocats de France du 21 avril 2005 à propos de la mise en examen d'une avocate du fait de ces dispositions et pour demander leur abrogation : http://www.lesaf.org/I_PerbenII_210405.html .

[4] Voir Antoine Garapon et Ioannis Papadopoulos *Juger en Amérique et en France* Odile Jacob, Paris 2003.

[5] Tribunal de grande instance de Cusset. Voir Le Monde du 7 janvier 2005 et du 30 janvier 2005 « La Justice, l'art et l'obscénité » par Ruwen Ogien.

[6] Voir Danièle Lochak « Le Droit à l'épreuve des bonnes mœurs », dans *Les Bonnes mœurs* CNRS – CURAPP, PUF, Paris 1994.

reproduction de la domination du souverain, pour devenir un espace de responsabilité, voire de responsabilité surexposée, sans doute parfois fort maladroitement, comme en témoignent les débats autour de plusieurs affaires judiciaires[1]. En effet, la parole de la victime passe par un ensemble de médiations, d'expertises, qui renvoient à autant d'acteurs de l'Espace Public, nantis d'un pouvoir judiciaire sans être soumis à ses critères de sanction interne, qu'il s'agisse des journalistes ou des experts judiciaires.

Droits de l'homme et constitutionnalité

Nous avons formulé l'hypothèse suivant laquelle la plupart de ces mesures n'ont d'autre objet que de justifier des régressions juridiques. Les crimes les plus inacceptables servent ainsi, classiquement, de prétexte pour faire accepter des mesures régressives.

Cette démarche, un peu comme les mécanismes de la rumeur, propose, comme réponse aux déviances mises en avant, une technologie de science-fiction issue des séries télévisées, tout en ignorant totalement la réalité des études sociales de terrain, voire même des propres statistiques de l'État.

Parmi ces polémiques, citons celle initiée par Pascal Clément, ministre de la Justice, le 28 septembre 2005[2]. Il annonce alors vouloir rendre rétroactif, dans la loi « antirécidive » en préparation, l'obligation de porter un bracelet électronique spécial, connecté à un satellite[3], pour les délinquants sexuels. Cette annonce est assortie d'une demande aux parlementaires de ne pas saisir le Conseil constitutionnel, estimant qu'il y a « un risque d'inconstitutionnalité »[4]. En écho, il précise que « ceux qui le saisiront prendront sans doute la responsabilité politique et humaine d'empêcher la nouvelle loi de s'appliquer au stock de détenus ».

Or, une telle mesure n'a rien de forcément anticonstitutionnelle, pour autant qu'il s'agisse de mesures de police et non de peines : celles-ci peuvent parfaitement être édictées à posteriori, comme le Conseil constitutionnel le confirme le 2 mars 2004, en avalisant les aspects de la loi

---

[1] Voir « l'Affaire Outreau » dont rend compte le rapport de la commission Viout, chargée d'analyser cette affaire pour le Ministère de la justice : http://www.justice.gouv.fr/publicat/JMOutreau.pdf .

Une commission parlementaire a également été créée pour enquêter sur les dysfonctionnements judiciaires le 1er décembre 2005, quelques heures après l'acquittement en appel des derniers accusés, conclusions attendues pour le printemps 2007.

[2] Lors de la présentation à la presse du budget 2006 du ministère. Ce bracelet, relevant au moment de l'annonce d'un fantasme technologique, n'est crédité d'aucun budget préalable avant 2007.

[3] Comme dans la série 24 heures, Fox.

[4] Selon l'article 8 de la Déclaration des droits de l'homme de 1789, « nul ne peut être puni qu'en vertu d'une loi établie et promulguée antérieurement au délit », ce qui fonde le principe de la non-rétroactivité des lois pénales.

Perben II qui font obligation, aux personnes inscrites sur le fichier informatisé des auteurs d'infractions sexuelles, à faire connaître périodiquement leur adresse de résidence. Le Conseil constitutionnel estime alors que cette disposition « ne constitue pas une sanction, mais une mesure de police destinée à prévenir le renouvellement d'infractions et à faciliter l'identification de leurs auteurs ».

Le ministre a ensuite repris ce point de droit à son propre compte, ce qui tend à confirmer que la finalité était d'abord de voir l'ampleur des réactions.

La Ligue des droits de l'Homme a effectivement qualifié la proposition du ministre de la Justice « d'excès de pouvoir sans précédent depuis le régime de Vichy », tout en soulignant que le gouvernement a « drastiquement réduit les moyens financiers du suivi socio-judiciaire seul efficace en la matière », considérant que « l'argument de la protection des victimes n'est que faux-semblant cynique »[1].

La mise en cause personnelle des juges : effets médiatiques ou évolution structurelle ?

Si le manque de contrôle et d'encadrement des experts judiciaires, voire leur absence d'indépendance et leur manque d'impartialité, a donc été largement souligné dans les médias, l'institution judiciaire demeure théoriquement souveraine. Elle a pourtant fait l'objet d'attaques gouvernementales d'une rare virulence. Le Ministre de l'intérieur, Nicolas Sarkozy, a déclaré ainsi, en juin 2005, qu'il allait faire « payer » le juge qui avait remis en liberté le meurtrier d'une jeune femme, Nelly Crémel, soulignant : « moi, je me sens du côté des victimes ». Ses déclarations et ses nombreuses apparitions télévisées à ce moment[2] ont entraîné une polémique avec les organisations professionnelles des magistrats, souhaitant rappeler pour leur part l'indépendance de la magistrature et le principe de « l'autorité de la chose jugée »[3].

On peut néanmoins remarquer que ce principe se fonde sur des considérations plus pragmatiques qu'éthiques : il sert à éviter une suite infinie d'appels qui paralyserait

[1] Communiqué du 28 septembre 2005.

[2] Allocution devant les généraux et commandants de gendarmerie du 22 juin 2005 au ministère de l'intérieur, déclaration à Aix en Provence du 23 juin lors du lancement de la « campagne de lutte contre les feux de forêt », intervention au journal télévisé de France 2 du 24 juin.

[3] Voir Le Monde du 29 juin 2005, « Nicolas Sarkozy, Salomon et les juges », Le Nouvel Observateur 23 juin 2005 « Sarkozy : moi, je me sens du côté des victimes », l'Humanité du 28 juin 2005 « Sarkozy ou la tentation du populisme pénal, entretien avec Denis Salas » 28 juin 2005 ; Denis Salas *la Volonté de punir*, Hachette, Paris 2005, et Le Point « Responsables mais pas coupables », Denis Demonpion 28 juillet 2005.

définitivement la justice. Un mois après, au cours d'un entretien dans la revue juridique Dalloz de juillet 2005, Nicolas Sarkozy a rappelé, peut-être ironiquement, que c'est la remise en cause de ce principe qui avait permis de réhabiliter Dreyfus, intégrant donc Dreyfus dans l'*indivis héritage* des fondamentaux de la nation, à côté des exigences de l'ordre et de la sécurité utilisées habituellement pour célébrer le sentiment national[1].

La polémique s'est néanmoins poursuivie avec l'envoi d'une lettre du Syndicat de la magistrature au Conseil Supérieur de la Magistrature[2] qui manifestait sur les marches du Palais et lançait une pétition tandis que le CSM avait déjà fait part de son « émotion » au Président de la république le 23 juin : Jacques Chirac a annoncé le lancement d'une concertation sur ce sujet lors de la réunion du CSM du 19 juillet 2005. Le premier président de la cour de cassation, Guy Canivet, a également dénoncé ces propos « populistes » lors d'une assemblée générale de magistrats : des assemblées réunissant les principaux présidents de juridiction ont ainsi présenté leurs motions durant la dernière semaine de juin, témoignant d'un émoi exceptionnel de la magistrature[3].

Ces remarques politiques peuvent sembler ne relever que d'une démagogie casuelle propre à chaque gouvernement. Lionel Jospin avait évoqué, à la suite d'un fait divers similaire en 2001, « une dramatique erreur d'appréciation » du juge. Effectivement, le débat sur la responsabilité des juges avait déjà été engagé sous le gouvernement Jospin au début de la période étudiée, en 2000, à l'occasion de la réforme du Conseil Supérieur de la Magistrature.

Il se pose en particulier dans le cas des libérations conditionnelles, qui, depuis 2000, ne relèvent plus directement du Ministre de la justice, mais d'une décision collective dans le cadre d'un débat judiciaire contradictoire avec possibilité d'appel. Ce n'est donc plus l'exécutif qui prend en charge ces décisions, ce qui lui permet peut-être de s'en défausser, et ce qui déplace la question des responsabilités politiques (la grâce ou l'amnistie est une des marques importantes de la souveraineté du pouvoir) vers une institution censément autonome.

Pourtant, comme le rappelait Guy Canivet, les juges ne sont plus, eux-aussi, au-dessus des lois : depuis 1993, leur responsabilité pénale relève du régime commun : seule leur responsabilité civile ne peut être mise en cause, leurs décisions engageant l'État. Des

---

[1] Voir sur la qualification du sentiment national dans les cadres judiciaires, en particulier l'affaire Dreyfus, Jean-Denis Bredin *L'Affaire*, Fayard Paris 1983.

[2] Le premier juillet 2005 : http://www.syndicat-magistrature.org/article/611.html .

[3] « Les magistrats dénoncent la démagogie de Nicolas Sarkosy » Le Monde daté du 3 juillet 2005, Nathalie Guibert.

procédures disciplinaires sont néanmoins parfois engagées (76 entre 1994 et 2003 suivant les articles cités, 11 nouvelles affaires en 2004, pour 7500 magistrats, d'après le Syndicat de la magistrature).

Les erreurs de la justice peuvent être elles-mêmes l'occasion de mettre en cause la responsabilité des juges, sans pour autant s'interroger sur la responsabilité de l'institution dans son ensemble et dans son rapport au pouvoir politique. Après l'acquittement des accusés de l'affaire Outreau, le 1er décembre 2005, le Ministre de la justice, Pascal Clément, a annoncé en particulier[1] des mesures à l'encontre des experts judiciaires, entreprenant, suivant les avocats de la défense, une simple « réhabilitation médiatique » de la justice[2]. Victimes de la pression gouvernementale et de l'évolution juridique renforçant le pouvoir de l'accusation et multipliant la détention préventive au nom des *victimes*, les accusés innocentés servent pourtant encore de prétexte au renforcement du contrôle du pouvoir politique sur la justice.

L'annonce faite par la commission d'enquête parlementaire formée pour étudier ces dysfonctionnements, qu'elle allait entendre les juges et mener la plupart de ces auditions à huis-clos, a contribué à renforcer ces suspicions[3].

Avec l'accord du juge lui-même, les principales auditions ont néanmoins pu être retransmises à la télévision. Sa propre audition, le 8 février, a constitué un « moment de télévision » dont les extraits ont été repris dans toutes les éditions. TF1 et France Télévision ont consacré une édition spéciale à l'événement entre 15h30 et 19h, la Chaîne parlementaire diffusant l'intégralité des interventions jusqu'à minuit. La presse s'est faite ensuite écho de l'importance télévisuelle de l'événement :

> *Selon les chiffres Médiamétrie fournis par les chaînes, TF1 a rassemblé en moyenne 2,7 millions de téléspectateurs avec une part de marché de 23,8 %, et France 2 annonce 2,5 millions de téléspectateurs en moyenne avec une part de marché de 21,9 %. La semaine précédente, aux mêmes heures, la part de marché moyenne des deux*

---

[1] Sur l'antenne de RTL le 2 décembre 2005, propos repris par Reuters, AP et AFP. En l'occurrence ce ne sont pas tant les approximations des experts, largement pointées par les avocats, qui sont visées, mais la prise de parole de l'un d'entre eux mettant en cause la compétence de la chancellerie : « Quand on paie des experts au tarif d'une femme de ménage, on a des expertises de femme de ménage » aurait déclaré à la presse le psychologue Jean-Luc Viaux dans les couloirs du palais le 17 novembre, après avoir été mis en cause à l'audience du procès d'appel.

[2] « Outreau : le garde des sceaux trouve enfin un coupable », Florence Aubenas et Jacqueline Coignard, Libération du 3 décembre 2005.

[3] « Outreau : la commission parlementaire fait tiquer », Florence Aubenas, Libération du 17 décembre 2005.
« Outreau, le dossier maudit de la magistrature » Jacqueline Coignard, Libération du 11 janvier 2006.

> *chaînes était de 13 %. De son côté, la chaîne parlementaire LCP-AN, qui a diffusé l'intégralité de l'audition jusqu'à minuit, a vu la fréquentation de son site Internet augmenter de 480 %*[1].

Le Ministre de la justice s'est publiquement réjoui de cette publicité des débats :

> *J'ai mesuré la pression qui s'exerçait sur ce juge. Il ne faut pas oublier que la commission d'enquête n'a pas pour mission de juger le juge. Nous verrons avec l'inspection des services judiciaires s'il y a lieu de porter des critiques. Quant aux réformes, il serait inconvenant de donner l'opinion du gouvernement avant que le Parlement n'ait approfondi les différentes hypothèses. Grâce à la télévision, le débat sort du milieu des spécialistes, il est ouvert parmi les Français, c'est une bonne chose*[2].

Cette publicité des débats repose elle-même sur un paradoxe, puisqu'elle a imposé du juge de se parjurer, comme l'avait noté le CSM le 6 février, regrettant que les magistrats « aient été interrogés sur l'élaboration de leurs décisions juridictionnelles », alors « qu'il n'était pas douteux que les magistrats, lors de leur audition, sont tenus au secret professionnel »[3].

Invité sur RTL le 9 février, Robert Badinter a néanmoins tenté de dépasser le problème de la dimension humaine des faillites d'un juge, trop facilement mise en avant dans les effets de victimisation à la télévision, pour souligner les effets liés au fonctionnement du système judiciaire :

> *Le problème, c'est la différence entre la solitude d'un jeune homme et l'immensité des pouvoirs qu'il détient. Il n'y a que deux choix : ou l'on rase tout l'édifice de l'instruction* (...)*, ou l'on rassemble les juges en chambres d'instruction*[4].

Le principe de la collégialité de l'instruction, proposée en 1985 par Robert Badinter après l'affaire Grégory, abrogée l'année suivante lors de l'alternance politique[5], fait de nouveau partie des objectifs de la chancellerie. Dans son rapport, la commission présidée par Jean-Olivier Viout prône un retour, relatif, de cette collégialité (co-saisine de deux juges dans les affaires « complexes »), ainsi qu'un examen régulier des dossiers en cours par la chambre de

---

[1] « Cent vingt magistrats réclament d'être entendus par les parlementaires » Le Monde du 10 février 2006.

[2] Déclaration du garde des sceaux le 9 février 2006, article cité.

[3] « Le CSM condamne les députés procureurs » Libération du 18 février 2006, Didier Hassoux.

[4] Article cité, Le Monde du 10 février 2006.

[5] Rappelé dans les propos de Daniel Ludet, avocat général à la Cour de cassation, article cité.

l'instruction. La chancellerie a repris une partie de ces avis, la publicité des décisions de la chambre restant à la discrétion du président de la chambre, contrairement aux préconisations du rapport.

Dans cette affaire, l'instruction a donc *a posteriori* été mise en cause par le gouvernement, le ministre de la justice annonçant des mesures disciplinaires, tandis que le Premier ministre annonçait la saisine de l'Inspection Générale des services Judiciaires dont les conclusions sont attendues pour février 2006. Ces annonces s'intègrent dans la mission de réflexion sur la responsabilité des magistrats, annoncée par le Président de la république, dont les conclusions étaient attendues fin 2005. Le garde des sceaux a ainsi exprimé son souhait que les magistrats puissent être sanctionnés pour « erreurs grossières et manifestes d'appréciation », s'appuyant sur un avis de novembre 2001, du Conseil de l'Europe, suivant lequel l'erreur grossière d'appréciation s'apparenterait à une « faute professionnelle » lorsqu'elle est d'une gravité particulière.

Il y a donc une part de démagogie manifeste dans la mise en cause des juges, alors que l'exécutif leur a transféré une partie de sa responsabilité, et que la justice administrative ordinaire pourrait s'appliquer à leur encontre si l'exécutif le souhaitait. Il y a aussi un mouvement de fond, qui nous semble cohérent, et peut-être corrélé, avec les phénomènes de recouvrement entre espaces publics et privés dus aux évolutions des médias et des moyens de communication.

L'engagement de la responsabilité du magistrat rappelle en effet encore le droit médiéval ; le juge était par exemple contraint d'abandonner sa charge si un accusé refusait d'avouer sous la torture, l'enquête étant doublée de la dimension d'un duel entre l'accusé et le juge[1].

Le droit de punir

Foucault remarque qu'après les Lumières, l'exécution des sentences judiciaires devient progressivement le fait d'une institution autonome, le chatiment-spectacle qui caractérisait les sociétés anciennes s'effaçant au profit de la publicité des débats judiciaires, permise par l'émergence de nouveaux espaces publics. Corrélativement, la sentence est de plus en plus exécutée dans la discrétion, alors que précédemment elle était publique : c'est le procès qui était secret. Ainsi, *il est laid d'être punissable, mais peu glorieux de punir*[2]. Peut-on inverser

[1] *Surveiller & punir* p. 51 et suivantes.

[2] *Surveiller et punir* p. 16.

la problématique des Lumières au moment de la Convergence, au vu de l'autonomisation du processus de libération conditionnelle, de sa mise en cause politique, des affaires citées et des débats qu'elles ont entraînés : *il serait beau d'être punissable et glorieux de punir*, et donc punissable de libérer les punis. Dans une campagne politique, revendiquer le droit de punir peut être également vu comme une affirmation rhétorique de sa propre souveraineté, et donc des compétences pour lesquelles on compte se soumettre aux suffrages électoraux.

Systématisons ces positions à l'aide d'un tableau pour voir jusqu'à quel point ce renversement serait observable.

	procès	**peine**
Ancien régime	caché	publique
Après les Lumières	public	cachée
Après la Convergence ?	public / caché	cachée / publique

Il y aurait en fait une hybridation en fonction des sondages d'opinion publique et des sondages liés à l'image des hommes politiques[1].

Les innovations juridiques du début du XXIème siècle induisent bien un certain nombre de changements quant à la publicité des procès : en particulier, l'introduction d'une possibilité de *plaider coupable*[2] et d'indemnisation des victimes contre une absence de peine correspond à une forme de négociation de la sentence qui n'est pas publique. En cela, le procès redevient en partie caché, ce qui a induit le soupçon exprimé par l'opposition parlementaire[3] et par les syndicats de magistrats (USM, SM, conférence des bâtonniers), d'un traitement préférentiel et discret des affaires à connotation politique[4], cette possibilité étant en particulier ouverte aux personnes morales. La Cour de Cassation, le Conseil Constitutionnel et le Conseil d'État ont

[1] Voir par exemple « Qui veut tuer Tapie », dans Le Droit de savoir, TF1 22h30 le 7 février 2006, émission présentée et proposée par Charles Villeneuve.

[2] *La procédure de comparution sur reconnaissance préalable de culpabilité, connue sous le nom de « plaider coupable », a été introduite dans le droit positif français par la loi n° 2004-204 du 9 mars 2004 portant adaptation de la justice aux évolutions de la criminalité, dont les dispositions sont entrées en vigueur le 1er octobre 2004.* Conseil d'État, communiqué de presse du 11 mai 2005.

[3] Robert Badinter a par exemple précisément qualifié cette loi de « régression ». Voir Le Nouvel Observateur du 12 février 2004 « Un Mauvais coup porté à notre justice. Une loi de régression » Robert Badinter.

[4] Voir Le Monde du 10 février 2004, en particulier les propos, démentis ensuite, de Dominique Perben sur l'exemple des conséquences judiciaires de sa loi dans l'affaire Juppé : la loi permettrait d'arrêter les poursuites contre un remboursement des sommes détournées.

cependant censuré l'aspect de la loi prévoyant le huis-clos, imposant la publicité des débats, malgré les tentatives du ministère de passer outre, allant jusqu'à diffuser une circulaire proposant de ne pas tenir compte de l'avis de la cour de cassation[1]. Si l'on suit l'idée de l'influence des séries américaines, ces transpositions valideraient le fait que la question de la reconnaissance des droits soit proportionnelle aux capacités financières des justiciables.

La privatisation de la recherche des coupables dans le cas des usages illégaux d'Internet va également dans ce sens. En outre, cette notion d'aveu, qui est au centre du *plaider coupable*, n'est pas sans rappeler le type particulier d'engagement de l'accusé dans la procédure d'ancien régime que notait Foucault, *prenant place lui-même dans le rituel de production de la vérité pénale*. En effet, la vérité ainsi produite ne nécessite plus d'appel, elle devient définitive[2].

L'aveu et la transaction qu'il implique, avait donc au moyen-âge une fonction essentiellement rituelle d'ancrage oral et public d'un procès par ailleurs secret et écrit. Il peut maintenant se situer du coté du caché, le procès public et les pièces de procédure afférentes remplissant la fonction rituelle :

> *Quant à la publicité des débats, cette garantie essentielle de la justice dans un État de droit, elle disparaît. Le cabinet du procureur est un lieu clos et la procédure d'homologation devant le juge se tiendra en chambre du conseil, loin des regards indiscrets. Seule la décision d'homologation sera publique.*[3]

Ce secret vise aussi, comme on peut le noter dans les polémiques entraînées par cette réforme, à éviter que ces dimensions orales et écrites ne se doublent d'une dimension médiatique. Les procès alimentent bien entendu les chroniques judiciaires ; une exposition, même suivie d'un acquittement, peut ruiner une carrière politique. L'implication médiatique peut même apparaître *a posteriori*, à travers des reconstitutions judiciaires, genre en pleine expansion[4].

Le principe du secret de l'instruction dans la procédure *inquisitoriale* de droit français semble de plus en plus difficile à défendre face à la difficulté de maintenir une contention sur ces informations. Différents projets de réforme proposent la mise en place d'une procédure *accusatoire*, comme dans les séries américaines, ou du moins de 'fenêtres' officielles de

---

[1] Communiqué de presse du Conseil d'État du 11 mai 2005 annonçant la suspension des ordonnances du Garde des Sceaux : http://www.conseil-État.fr/ce/actual/index_ac_lc0509.shtml .

[2] *Op. cit.* p. 49.

[3] Rober Badinter, dans Le Nouvel Observateur, article cité.

[4] Voir Le Monde TV & Radio du 27 novembre 2005.

diffusion de l'information. Les « fuites », par rapport à des affaires en cours d'instruction, en délivrant des informations parcellaires, alimentent la suspicion sans permettre pour autant aux accusés de mieux se défendre[1].

Le caractère public de la sentence apparaît donc à nouveau à travers la stigmatisation des coupables, les nouvelles technologies et les médias remplaçant les marques d'infamie de l'ancien régime. L'usage judiciaire des bracelets électroniques pouvait marquer la fin de la « société d'enfermement » et le remplacement des institutions de coercition par confinement par des systèmes de contrôle, suivant un principe d'enfermement à domicile.

Il existe également de très belles réflexions audiovisuelles sur ce recouvrement des espaces pénaux et privés, voir par exemple un étonnant faux documentaire, mais une vraie fiction, Ixième, Journal d'un prisonnier de Pierre-Yves Borgeaud et Stéphane Blok[2]. Ce programme utilise les conventions du journal intime vidéo pour décrire la décomposition d'un prisonnier à domicile, dans un long monologue à la première personne, où le locuteur ne parle jamais ni ne se voit : l'individu se disloque par la sur-affirmation de son point de vue individuel – sa *disparition*, la réalisation jouant avec ces conventions pour produire une identification à ce regard *objectif*.

Or, l'usage du bracelet électronique, qui a été mis en avant lors des débats parlementaires de 2005, n'en fait pas un substitut à la prison mais, malgré les arguties juridiques, un prolongement, une extension de la peine, précisément l'exécution d'une partie de la peine en remplacement de la liberté conditionnelle. Il donne une visibilité sociale, publique, à l'exécution de la sentence, qui ne se déroule plus entièrement dans un espace fermé et caché et dévolu à cet effet, mais dans l'espace ouvert de la société. Cette extension ne correspond donc pas seulement à une volonté de contrôle, mais à une volonté d'emprise sur les corps, comme un exact inverse de la précédente évolution : *la disparition des supplices, c'est donc le spectacle qui s'efface ; mais c'est donc aussi la prise sur le corps qui se dénoue*[3]. Pourrions nous dire que le spectacle se réaffirme quand cette emprise se remet en place, ou semble du moins souhaitée par la surenchère des parlementaires en matière de pénalisation ?

---

[1] « Le secret de l'instruction, exception française en sursis » Le Monde du 27 mai 2006, Nathalie Guibert.

[2] TSR, Suisse 2004. Programme étudié dans le cadre de l'équipe d'enquête sur les festivals audiovisuels, Input, Barcelone 2004, Cf. le compte-rendu des analyses et des entretiens.

[3] *Op. cit.* p. 17.

Ces débats et ces évolutions dépendent également des critères propres aux espaces judiciaires, politiques et médiatiques. Historiquement, en gagnant en autonomie, l'institution judiciaire s'éloigne de sa simple fonction d'application d'un châtiment décidé par l'autorité politique, pour prétendre à une fonction plus valorisante de rééducation, voire de réhabilitation des criminels.

Or, le pouvoir politique s'exerce, ou du moins prétend être exercé, ce qui est important dans les compétitions électorales, par l'affirmation d'une vérité dans les procédures judiciaires : c'est ce qui fonde la notion de souveraineté, l'amnistie et la grâce demeurant par exemple un privilège du chef de l'exécutif, d'où sans doute l'idée de « peine-plancher » contre l'individuation des peines, donc contre la décision d'un juge à l'issue d'un débat contradictoire, la volonté de juger même les déments, ainsi que l'allongement des gardes à vue, le fait de retarder l'apparition de l'avocat, d'autoriser toutes les perquisitions, visites, écoutes ou saisies pour obtenir des aveux ou des preuves, tout en renforçant le rôle du parquet[1].

Le principe même des procédures d'appel, des jugements collégiaux ou des libertés conditionnelles en vue de l'amélioration de la réhabilitation, relève de la logique d'autonomie de la justice, diminuant d'autant les principaux marqueurs d'exercice du Pouvoir, d'un pouvoir politique qui renonce par ailleurs progressivement aux attributs économiques, culturels et territoriaux de sa souveraineté. Il est donc assez logique que les prétendants à son exercice réaffirment avec force cette prétention à l'énonciation de vérités judiciaires définitives.

La télévision, nous l'avons évoqué, se trouve bien au centre du processus qui permet de passer du privé au public, donc, aussi bien de la souffrance privée au témoignage de la compassion que de l'énoncé d'une culpabilité possible à sa stigmatisation publique. Elle occupe donc une part prépondérante du processus judiciaire sans faire directement partie de ses aspects légaux[2] : elle ne serait, de ce point de vue, que l'agent de la publicité des procédures, elles-mêmes issues de l'influence des séries policières américaines sur les hommes politiques français. Cet aspect explique le fait que les évolutions juridiques qu'ils préconisent soient très datées et relèvent en fait pour la plupart de séries policières diffusées au début des années 90,

[1] Dispositions de la loi Perben II.

[2] Elle en est même légalement exclue, en dehors de cas particuliers, très précisément encadrés, pour leur intérêt historique, comme les procès Barbie, Touvier et Papon, depuis la loi Badinter du 11 juillet 1985 « tendant à la constitution d'archives audiovisuelles de la justice ».

ce qui peut permettre de noter une certaine concordance entre culture télévisuelle et action politique.

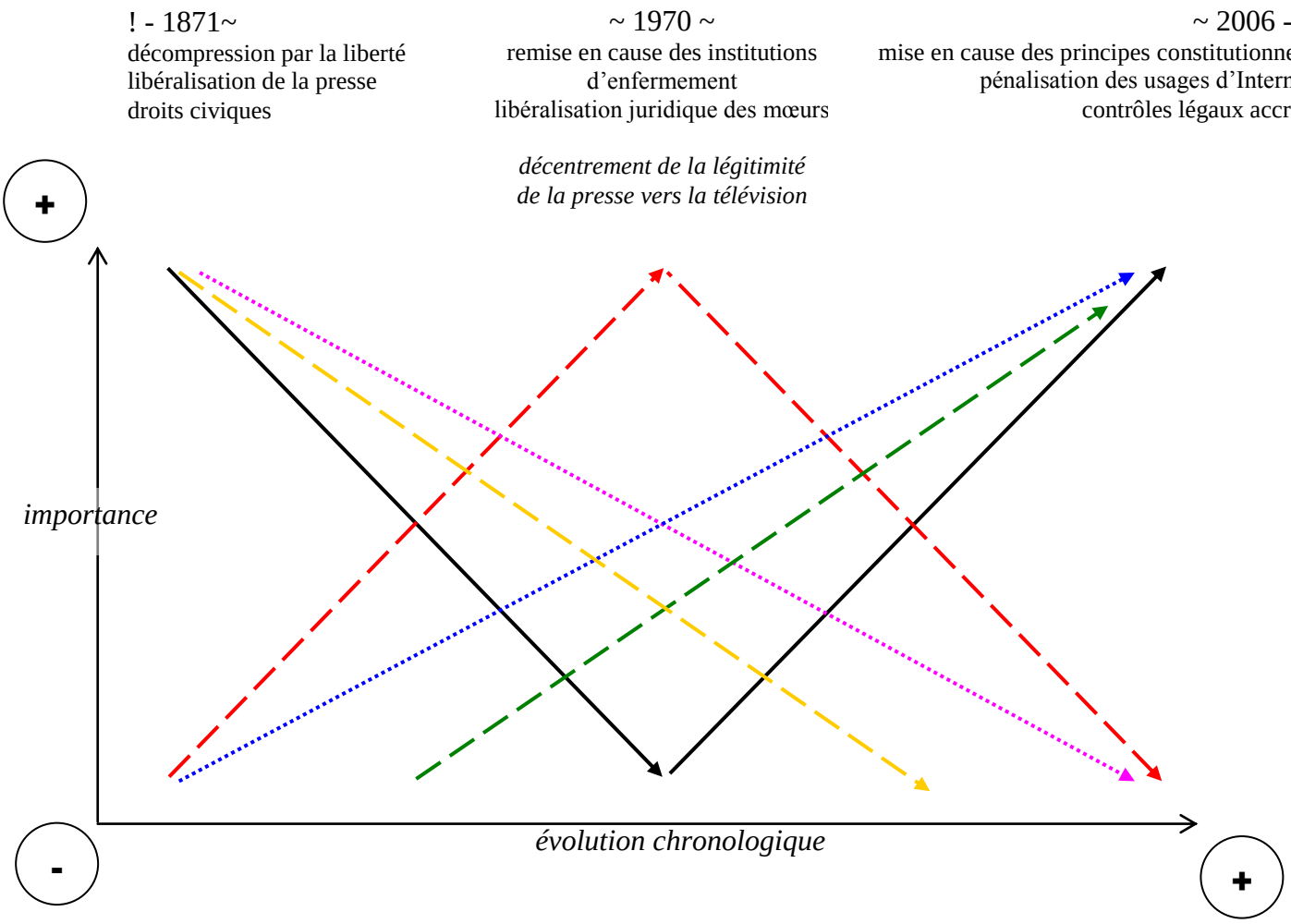
Or, Internet permet un accès direct des citoyens au processus de fabrication des lois et à la jurisprudence, le caractère formel de son intertextualité s'accordant à une automaticité de traitement qui permet de lier hyper-textuellement, aussi bien les références internes des minutes parlementaires que celles de la jurisprudence : cet accès permet donc d'apprécier autant l'inanité des rapports gouvernementaux que la qualité du travail parlementaire, quand il n'est pas une simple réaction à la mise en scène des victimes à la télévision, en fonction des logiques propres à chacun de ces espaces.

Il demeure que la volonté du législateur, si elle se place du côté de l'empathie permise par la télévision, joue sur un degré d'accord, issu de la communication émotionnelle, qui n'est plus rationnel. Elle renonce alors à toute prétention à l'universalité, les significations d'un acte risquant toujours d'être différentes pour des groupes d'individus distincts : l'évolution des médias semble bien accompagner ou justifier une conception « communautariste », que l'on retrouvera dans les systèmes de « discrimination positive » ou de « parité »[1], très différents de l'universalisme laïque sur lequel reposait discursivement le système légal français développé en même temps que les médias imprimés étendaient leur influence[2].

[1] Voir par exemple les positions exprimées par Élisabeth Badinter dans *Fausse route,* Odile Jacob, Paris 2003 ; voir également parmi ses entretiens : « La victimisation est aujourd'hui un outil politique et idéologique », propos recueillis par Véronique Helft-Malz et Paule-Henriette Lévy dans L'Arche nº549-550 Novembre-Décembre 2003 ; « Le Féminisme d'Elisabeth Badinder » dans L'Humanité du 20 juin 2003. La « parité » fait référence à la loi de mai 2000, en accord avec la recommandation européenne de 1996 sur la parité dans les processus de décision et avec la proposition de modification constitutionnelle du 17 juin 1998 de l'article 3, adoptée en Congrès le 28 juin 1999 ; voir Le Monde 4/5/2000 « la loi paritaire est votée ».

[2] En contre argument, on peut remarquer que cette évolution serait moins manifeste dans d'autres traditions juridiques, en particulier celles dans laquelle la référence religieuse est demeurée prépondérante malgré une libéralisation comparable de l'espace public (avec évidemment des différences chronologiques), par exemple aux États-Unis.

Prisme historique :



- **Influence et qualification des lecteurs et des médias écrits**
- **Influence et qualification des spectateurs et des médias électroniques**
- **Influence et qualification de la foule et des médias oraux**

- **Inspiration libérale du droit**
- **Inspiration communautarienne du droit**

- **Rôle régulateur des institutions publiques dans les espaces privés**

Convergence des médias et transformations de l'Espace Public :

Corrélations entre
évolution des médias dominants,
rôle de l'État, évolution juridique
et importance relative des sphères publiques et privées

Pour exprimer cette évolution du droit dans les termes précédemment cités sur l'impact de la télévision, l'espace privé se dissoudrait donc dans une fragmentation d'Espaces Publics. Or, l'État de droit avait précisément pour effet d'unifier en les institutionnalisant l'ensemble des procédures, des débats et des expertises sur lesquels se fonde l'action politique.

Evolution technologique et crise de la rationalité

La volonté politique de soumettre alternativement télévision, Internet, jeux vidéo à la même grille de lecture en terme de risques et de violence, relève-t-elle du redoublement d'une crise de légitimation en une crise de la rationalité au sein des sociétés capitalistes les plus avancées, suivant les termes d'Habermas ?[1]

En l'occurrence, il est assez facile de souligner le déficit de rationalité qui frappe ces réglementations qui s'appuient essentiellement sur la rumeur publique, sans parvenir à produire d'éléments de preuve ou d'indices statistiques crédibles, malgré un nombre presque infini de tentatives en ce sens et une sur-exposition à la télévision des occurrences éventuelles. Si ces lois réfèrent malgré tout, au moins formellement, à la raison, c'est au prix de nombreuses contorsions dialectiques.

L'essentiel de leur argumentaire repose sur des émotions qui relèvent pourtant de niveaux différents : la peur de la violence, la peur des enfants, la peur de l'éclatement de la cellule familiale, l'angoisse face à l'influence des médias – alors que les médias ne font sans doute que surévaluer l'importance de ces problèmes. Ils s'intègrent en effet dans des schémas de compréhension pré-construits[2]. Ces argumentaires peuvent pousser très loin la mise en cause des principes de la rationalité, comme dans l'exemple du Ministre de la justice, au nom d'une cohérence émotionnelle (ne pas vouloir apparaître complice de l'impunité des délinquants).

L'action administrative n'est plus alors légitimée par un travail d'analyse préalable ni par le respect de limites et de règles de procédure, mais par des phénomènes émotionnels.

Ce type de propos pourrait être une réponse au *phénomène de la crise* que décrit Habermas :

> *Lorsque l'État gérant de la crise est défaillant, il n'est plus à la hauteur des ambitions qu'il s'est* lui-même imposées *dans son programme. Il est alors sanctionné par un*

---

[1] *Raison et légitimité, problèmes de légitimation dans le capitalisme avancé*, Payot 1978 (Suhrkamp Verlag 1973), en particulier *Sur les théorèmes de la crise de légitimation* p. 98 et suivantes.

[2] Voir la dénonciation de ce phénomène par Noam Chomsky : Noam Chomsky : Médias et illusions nécessaires (Manufacturing Consent : Noam Chomsky and the Media) de Mark Achbar et Peter Wintonick, document vidéo, 165', Necessary illusions / Office National du film du Canada, Canada, 1992.

> *retrait de légitimation, de sorte que la marge d'action se rétrécit précisément où elle devrait être énergiquement élargie.*

Les rapports et projets de lois examinés précédemment semblent bien correspondre à cette définition :

> *La personnalisation des problèmes concrets, l'emploi symbolique de procédures de consultation, de jugements d'experts, de formules d'incantation juridique, etc., représentent des stratégies bien connues (...) qui confortent et exploitent à la fois les structures de préjugés présentes et qui donnent à certains contenus une coloration positive, et à d'autres une coloration négative, en excitant des mobiles inconscients.*

Parallèlement, la compensation des déficits de légitimation entraînerait un élargissement de l'ensemble des domaines régis et traités par l'administration : l'élargissement du pouvoir de l'administration renforce la « loyauté des masses », dépendant de l'administration pour un nombre de plus en plus important d'activités publiques. Ainsi, des « évidences culturelles », initialement marginales dans le système politique, entrent dans le « domaine de planification de l'administration » et ne seront plus traitées que dans ce cadre.

Habermas donne en particulier l'exemple de la planification des cursus scolaires[1], et enfin celle de la famille et du mariage.

Si l'on fait débuter ce processus avec la mise en place d'États constitutionnels, il se serait d'abord appliqué aux questions d'espace, de territoire, avec l'établissement de cartes, puis enfin, de cadastres qui en régissent l'usage, jusqu'à s'appliquer de plus en plus directement à l'individu lui-même et régir sa sphère privée, voire peut-être son être génétique dans l'avenir[2].

En multipliant les appels à la multiplication des médiateurs institutionnels, qu'il s'agisse d'artefacts techniques (logiciels de filtrage) ou de mettre « un modérateur derrière chaque forum, comme un éducateur derrière chaque enfant »[3], les préconisations en matière d'enfance et de média semblent bien aller dans cette logique.

---

[1] Des mouvements contraires de réappropriation sont également à l'œuvre, tels l'école à la maison, l'accouchement à domicile. La difficulté administrative de leur mise en œuvre rend néanmoins raison aux arguments d'Habermas, d'autant que ces mouvements ne concernent pas *a priori* les masses mais ceux qui entendent se définir comme n'en faisant pas partie.

[2] Voir Jürgen Habermas *L'Avenir de la nature humaine. Vers un eugénisme libéral ?* NRF essais, Gallimard Paris 2002 (Francfort 2001).

[3] Rappelons qu'il a été aussi question d'un policier derrière chaque internaute.

La famille, perdant à travers l'institutionnalisation de la transmission du savoir son caractère « indiscutable », *les prétentions à la validité ne peuvent plus être stabilisées que par des discussions*[1], donc dans le cadre politique puis judiciaire qui les circonscrit.

Des domaines de la vie quotidienne qui relevaient de la vie privée intègrent comme autant de *routines* des médiations extérieures, qu'il s'agisse des institutions conjugales ou éducatives ou de l'influence de la psychanalyse comme référent interprétatif de masse[2]. Celle-ci correspond également à une évolution de l'opinion publique, acceptant la fin du « privatisme » de la vie familiale.

Le « droit des victimes » contre la délégitimation

Nous avons déjà souligné que ce phénomène pouvait relever d'une « publicisation des affects », souvent présentée comme la caractéristique d'une société « post-moderne ».

En terme de stratégie de discours, nous avons également souligné la mise en avant des victimes. Un « droit des victimes »[3] se met en place, celles-ci deviennent les destinatrices du processus judiciaire. Pour reprendre une expression de Debord, nous pourrions souligner que « reconnaître un droit, c'est admettre la perte d'un dû ». On peut effectivement s'interroger sur ce rôle « nouveau » attribué à la justice. La question rejoint également la critique d'une politique « compassionnelle ». Recentrer les questions judiciaires sur les rapports entre le délinquant et la société était une évolution du droit moderne ; réintroduire la notion de

---

[1] *Ibidem* p. 103.

[2] Voir les approches de Dominique Mehl de la notion de psychologique de masse.

[3] Lois des 3 janvier 1977, 2 février 1981, du 15 juin 2000, 9 septembre 2002 (évolution de la prise en compte des victimes dans le code de procédure pénale). Il existe ainsi un secrétariat d'État aux droits des victimes, créé le 31 mars 2004, dans les gouvernements de MM. Raffarin (le troisième) et Villepin.

Au niveau international, les droits des victimes figurent dans la « Déclaration des Nations Unies sur les principes fondamentaux de justice relatifs aux victimes de la criminalité et aux victimes d'abus de pouvoir », adoptée par l'Assemblée générale en 1985, reprise en avril 2000 lors du dixième Congrès des Nations Unies pour la prévention du crime à Vienne.

Voire également Marie-Noëlle Lienemann, Hélène Magliano, Jacques Calmettes - *Pour une nouvelle politique publique d'aide aux victimes : rapport au Premier ministre*. La Documentation française, Paris 1999 : http://www.ladocumentationfrancaise.fr/BRP/notices/994000991.html .

L'Inavem (fédération d'associations d'aide aux victimes reconnue par le ministère de la justice) présente une chronologie de la reconnaissance du droit des victimes : http://www.inavem.org/web/mtukbqqw_00.01.02.05.0000_contenu2_.html .

« réparation »[1], plutôt que le respect de la loi dans l'intérêt de tous, comme finalité exclusive des procès pénaux, ressemble de ce point de vue à une régression.

Cette stratégie, assez récente dans son usage politique systématique[2], renvoie à des processus de manipulation de l'opinion déjà largement analysés.

> *L'opinion publique ainsi formée pour apporter une légitimation a surtout pour fonction de structurer l'attention par certains thèmes, autrement dit de mettre (...) en deçà de seuils d'attention,* d'autres *thèmes, d'autres problèmes, d'autres arguments*[3].

Cette prise en compte des victimes relève pourtant, au départ, d'une volonté de participation et de prise en compté démocratique, d'initiatives civiques. Son intégration dans les logiques administratives ne serait peut-être, pour reprendre une expression d'Habermas à propos de la participation, qu'« un moyen extrême et dangereux de faire face aux déficits de légitimation »[4].

La mise en avant du droit des victimes pourrait également concourir à réduire les déficits de motivation. Elle a pour corollaire une politique qui correspond aux conditions de « motivation extrinsèques de la performance » dans le domaine du travail[5] :

- un chômage chronique assurant une véritable pression concurrentielle sur le marché du travail
- la disparition d'un secteur public organisé en dehors du système concurrentiel qui en fausse les données
- une différence significative entre les revenus les plus bas des actifs et les revenus des inactifs
- le refus de la réinsertion des malades et des criminels.

---

[1] La réorganisation des procédures pénales autour de la victime fait partie des orientations annoncées par Jacques Chirac le 14 juillet 2001, d'où découlent notamment la mise en place de juges de proximité et d'un « plaider coupable ».

[2] Elle se développerait aux États-Unis principalement après les attentats du 11 septembre 2001, dans l'analyse de Daniel Dayan.

[3] Habermas, *op. cit.* p. 101.

[4] *Ibidem* p. 104.

[5] *Ibidem* p. 116.

Alors qu'Habermas notait, en 1973, que même aux États-Unis ces conditions n'étaient plus remplies, l'évolution en France en 2005 nous rapproche de ces conditions : chômage endémique, privatisations systématiques, remise en cause des minima sociaux, valorisation du travail non-qualifié, abandon des suivis médicaux-sociaux des criminels au profit de formes de pénalisation perpétuelles.

Pour l'exprimer rapidement, la « motivation » implique que les besoins fondamentaux des individus ne puissent être satisfaits que par le travail. Ce travail est fourni aux salariés par la bourgeoisie qui, en recherchant *l'accumulation de richesse privée*, se définit et se légitime comme force essentielle de la production de *richesse sociale*.

> *Toutes les sociétés de classe, étant donnée que leur reproduction repose sur l'appropriation privilégiée de la richesse socialement produite, doivent résoudre le problème suivant : partager la richesse sociale de façon inégale et pourtant légitime. Elles résolvent ce problème par la violence structurelle, autrement dit par le fait que la distribution asymétrique des chances légitimes de satisfaction des besoins est codifiée dans un système de normes qui est respecté.*[1]

La dimension compassionnelle apparaît donc à la fois doublement moderne et régressive, cohérente avec une évolution vers la publicisation de l'intime et la mise en avant de questions privées au sein des questions publiques, qui caractériseraient une évolution post-moderne, et régressive du point de vue d'un retour à un droit pré-moderne, uniquement pensé en terme de réparation, ainsi que du point de vue du retour aux conditions de motivation d'une exploitation capitaliste des forces de travail.

La compassion permet, en outre, de proposer des discours de légitimation indépendants de la question de la vérité ou de la question du *rapport des légitimations à la vérité* que soulève Habermas. Ils n'ont plus besoin de paraître vrais, personne ne pouvant mettre en doute la souffrance d'une victime[2]. Au point que les médias et les plus hautes instances de l'État ont pu rapporter et prendre au sérieux des déclarations de mythomanes, jusqu'à devenir des vraies victimes de fausses victimes. Voir, par exemple, l'affaire de la fausse agression antisémite contre une mère et son bébé le 9 juillet 2004, sur le RER D, en banlieue de Paris. « J'apprends

---

[1] *Ibidem* p. 143. Habermas se réfère à Weber pour le concept de domination légitime.

[2] Ces phénomènes illustrent s'il en était besoin la « circulation circulaire de l'information » de Bourdieu. Voir sur cette approche les articles collectés par l'Acrimed et PLPL : http://www.homme-moderne.org/plpl/l0704/index.html ; http://www.acrimed.org/rubrique273.html .

avec effroi l'agression à caractère antisémite dont a été victime une jeune femme et son enfant » déclare Jacques Chirac le 10 juillet ; « il y avait une vingtaine de personnes capables de voir la scène, notamment un jeune homme assis à proximité, elle compte beaucoup sur lui, c'est à lui que je lance un appel, en expliquant aussi qu'on peut comprendre ce qu'il a ressenti », déclare pour sa part Nicole Guedj secrétaire d'État aux Droits des victimes ; la presse a largement repris ces informations dans ses éditoriaux :

> *Pendant treize minutes, Marie a été juive. Treize minutes qui lui ont paru interminables. Juive dans le regard de six mauvais garçons d'origine maghrébine et africaine, des gamins de banlieue qui en voulaient pour commencer à son argent. On est juif d'abord dans le regard de l'autre. Donc Marie, 23 ans, et sa petite fille de 13 mois dans sa poussette par la même occasion, toutes deux ont été juives. Treize minutes. Un étrange processus a ravagé la tête des agresseurs. Un papier d'identité dérobé portait une adresse dans le 16ème arrondissement. Et le 16ème, c'est bien connu, c'est le quartier rupin. Le quartier youpin aux yeux de six abrutis avec de la violence plein leurs couteaux.*[1]

Les cadres interprétatifs des journalistes, des éditorialistes et des hommes politiques sont donc tellement prégnants qu'il est assez facile de produire de fausses occurrences. Une forme de détournement de la télévision par les usagers, peut-être.

La mise en avant des victimes rejoint aussi la mise en avant de la légitimité des particularismes culturels pour eux-mêmes, à travers l'inscription, dans les réglementations, voire dans la constitution[2], de principes « communautaristes » instituant des « discriminations positives ». Elle relève de questions d'authenticité et non plus de vérité[3], de témoignage et non de preuve.

L'ensemble de ces phénomènes tend bien à démontrer que la légitimité du droit relève moins de la *légalité des procédures*, si un ministre va jusqu'à proposer de les contourner, que de sa cohérence avec un cadre interprétatif général[4]. La diffusion d'une information obéit plutôt au même principe de cohérence avec une norme interprétative, qu'elle n'obéit au respect de procédures journalistiques : sa fabrication relève même souvent de l'induction.

---

[1] Éric Fottorino dans *Le Monde*, 13 juillet 2004.

[2] Par exemple la parité homme / femme pour les représentants politiques.

[3] Voir Dominique Mehl par rapport aux différentes formes d'inscription du témoignage télévisuel.

[4] *Surveiller et punir, op. cit.* p. 141.

Cette logique de cohérence des cadres interprétatifs s'impose même aux faits : les personnalités, qui avaient réagi à cette fausse agression dans le RER D, ont notamment justifié leurs propos, en allant jusqu'à déclarer que celle-ci serait de toute façon emblématique « des vingt agressions semblables quotidiennes » : pourquoi ne pas alors réagir à celles-là, pourquoi aucun média ni aucune enquête n'en fait mention ?

Campagne SNCF Transilien, juin 2002, agence Devarrieuxvillaret[1], Nan Goldin, d'après une série d'autoportraits, Self-Portrait on the train, Allemagne, 1992

Photographies de Nan Goldin, 1992, 2002

[1] Direction artistique : Nicolas Verdeau. Voir « Nan Goldin, première » Stratégies du 7 juin 2002, Olivier Mongeau ; communiqué de la SNCF : http://www.co.sncf.com/communiq/communiq049.htm .

La prégnance de ces cadres interprétatifs s'impose malgré les tentatives de lier art et publicité pour renouveler le regard porté sur les limites de la socialité quotidienne.

Innocence et marchandise

« Même l'homme, aux yeux de l'homme, devient un anthropomorphisme »[1]. Le droit, reconstruit depuis les Lumières sur la croyance en des valeurs universelles, fondées sur la raison, peut-il survivre à un total relativisme des valeurs, conséquence directe de la science issue de ces mêmes Lumières ?

Habermas souligne que l'homme a dû consommer un double divorce : d'abord, se couper de la cohérence entre la nature et le monde moral, avec le rationalisme et les évolutions industrielles et sociales qui l'accompagnent et, ensuite, se couper à nouveau de la croyance en un monde totalement descriptible et transformable par la raison, à force de devoir penser sa propre objectivation.

Chacune de ces coupures marquerait un changement « d'ère »[2], défini par des périodes de cohérence entre cadres techniques, juridiques et épistémologiques, suivies de périodes de crises.

Ce type de découpage historique n'a évidemment d'autre intérêt que de fournir des propositions pour comprendre les changements présents. Il ne se confond forcément pas avec la vision d'un « âge d'or »[3] révolu ou à venir, même si c'est parfois l'usage qui en est fait : on retrouve toujours une connotation d'unité entre l'homme et son environnement que le machinisme et la rationalisation des rapports économiques auraient mis en cause. Un tel paradis, perdu ou à retrouver, n'est pas très loin de « l'État de nature », extra-temporel, non historique. Le destin de l'homme ne se situe-t-il pas, précisément, entre *deux ages bénis, celui d'avant la chute et celui d'après la rédemption ?* [4]

Le projet rousseauiste d'édification d'un nouvel ordre social, qui reprend la sagesse de l'ancien, a bien pour objet de rétablir une situation de communication idéale entre les

---

[1] *Ibidem* p. 171. L'expression est de Chelsky.

[2] Nous avons abordé cet aspect page 36.

[3] Voir Raoul Girardet, « L'âge d'or » dans *Mythes et mythologies politiques* p. 97 et suivantes, Seuil Paris 1986

[4] *Ibidem* p. 103.

hommes : *être et paraître*[1] *devinrent deux choses tout à fait différentes et de cette distinction sortirent le faste important, la ruse trompeuse et tous les vices qui en sont le cortège…*

Innocence et *marchandise* sont les termes antinomiques de cette évolution, dont le fil idéologique se retrouvera en arrière plan des XIXème et XXème siècles. Cette défense de l'innocence contre la marchandise constitue encore le principal argumentaire pour un encadrement rigoureux (ou « vigoureux », en terme de visibilité médiatique) d'Internet, comme on peut le voir dans les préconisations pour la défense des adolescents contre le marketing dans le rapport Thoraval.

La défense d'un esprit communautaire autour de la diffusion de logiciels libres, la réforme de la dimension marchande du droit d'auteur au profit du partage gratuit des idées, sont autant de thèmes idéologiquement opposés à la sur-réglementation d'Internet qui s'appuient pourtant sur ces mêmes termes. La logique contributive des logiciels ou des produits « open source », où la contribution de chacun est une parcelle de l'édifice final, ressemble à une institution rousseauiste idéale : *les bonnes institutions sont celles qui vont jusqu'à transporter le moi dans l'unité commune*[2].

Des idéologies très différentes peuvent donc occuper les énoncés qui résultent de la tension dialectique entre *intégration des individus* et *intégration du système*, l'industrialisation produisant ses contre-modèles.

Conditions de la démocratie

Habermas[3] note que la démocratie, qui devrait avoir pour but *la rationalisation de la domination par la participation des citoyens à des processus discursifs de formation de la volonté*, n'est plus qu'un dispositif de régulation d'intérêts privés. Elle n'est plus en rien un moyen d'accéder aux intérêts *universalisables* de l'ensemble de la population.

Le principe électoral ne fait que mimer une égalité de chance d'accès à des postes de l'administration ; d'autre part, le champ du politique est restreint au champ des *décisions du système gouvernemental*, et non pas considéré en fonction des conséquences politiques des décisions.

---

[1] Le situationnisme et la distinction entre *être, avoir* et *paraître* proposée par Debord pour analyser les évolutions de la civilisation doit sans doute, aussi, beaucoup au projet rousseauiste.

[2] Cité par Girardet p. 121. Voir J-J. Rousseau *Le Contrat Social* dans Œuvres complètes, Dalibon, Paris 1825.

[3] *Raison et légitimité* p. 167 et suivantes.

Habermas rappelle les « conditions d'emploi » des élites dans une visée démocratique[1] :

- *les électeurs peuvent choisir entre des élites concurrentes*
- *les élites ne parviennent pas à rendre leur pouvoir héréditaire, ou à fermer l'accès à des positions d'élite à de nouveaux groupes sociaux*
- *les élites doivent chercher le soutien de coalitions changeantes de telle sorte qu'aucune forme exclusive de domination ne puisse s'imposer*
- *les élites qui dominent dans différents domaines de la société ne peuvent conclure une alliance*[2]

On peut en déduire que la définition de ce qui va relever de l'action politique est un des moyens importants, permettant aux élites de se reconduire, ou de se reproduire, suivant les termes de Bourdieu.

Cybercriminalité et contrôle individuel

Ainsi, des quantités frappantes de lois relatives à la cybercriminalité[3] ont été proposées, votées et mises en application entre 2000 et 2005. *A contrario*, des réglementations dont les évolutions ont été établies au niveau européen après avoir fait l'objet d'accords internationaux, ne posant guère de problèmes techniques, comme celles qui concernent des droits d'auteur, mettent une dizaine d'années à intégrer la législation[4].

Certes, le droit d'auteur est un enjeu important pour lequel de nombreux groupes de pression exercent des lobbying dans des sens opposés.

Néanmoins, l'ensemble des parties prenantes est d'accord sur les définitions et les objets d'application, déjà largement éprouvés dans le droit et les jurisprudences. Au contraire, la

---

[1] D'après P. Bachrach.

[2] Ce n'est évidemment pas le cas entre politique et média, ni entre économie et média, ni entre politique et économie. De nombreuses associations et collectifs de journalistes, de cinéastes ou d'artistes dénoncent régulièrement ces collusions : voir par exemple les films de Pierre Carles.

[3] Voir les lois adoptées sur cette questions en 2006, 2005, 2003, 2002, 2001, immédiatement après un sommet européen sur la cybercriminalité en 2001, ainsi que les modifications de la loi informatique et liberté.

[4] Le 20 décembre 1996 l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI) établit deux traités dont l'Europe est partie prenante. Les dispositions qui en résultent donnent naissance à la directive 2001/29 du 22 mai 2001 sur *l'harmonisation de certains aspects du droit d'auteur et des droits voisins dans la société de l'information*. Sa transcription en droit français donne lieu à projet de loi adopté en Conseil des Ministres le 12 novembre 2003, puis déposé à l'Assemblée Nationale en avril 2004 par le Ministre de la culture et de la communication, pour un examen fin 2005, reporté ensuite en février 2006, puis en mars 2006, voir page 66.

cybercriminalité relève de la seule définition des gouvernements, sans que le concept n'ait une effectivité manifeste[1].

Le concept a certainement l'intérêt, d'une part, de fournir un nouveau « cadre explicatif général », et, d'autre part, de permettre de justifier un ensemble de limitations du droit sur le caractère privatif des données ou des correspondances.

L'État se trouve également renforcé dans ses missions de contrôle de la vie privée, avec la mise en place de dispositifs de contrôle biométriques, l'extension des moyens informatiques de surveillance et la systématisation de la surveillance vidéo, comme autant de traits de la « société de contrôle », prolongeant les « codes de l'écriture disciplinaire » décrits par Foucault :

> *Parmi les conditions fondamentales d'une bonne « discipline » médicale aux deux sens du mot, il faut mettre les procédés d'écriture qui permettent d'intégrer, mais sans qu'elles s'y perdent, les données individuelles dans des systèmes cumulatifs ; faire en sorte qu'à partir de n'importe quel registre général on puisse retrouver un individu et qu'inversement chaque donnée de l'examen individuel puisse se répercuter dans l'ensemble des calculs.*[2]

Cette logique de compilation et de classement serait-elle-même à l'origine des sciences de l'individu. L'informatique a démultiplié la puissance de ces moyens d'écriture et de recherche, en automatisant la recherche et en permettant le croisement instantané de données issues de fichiers différents. La recherche a évidemment capitalisé ces évolutions, permettant à la fois de croiser un nombre considérable d'éléments et de donner immédiatement accès à un corpus à partir d'un schéma argumentatif, par exemple, par le biais de liens hypertextes, pour la présentation des résultats.

Au niveau politique, l'analyse et la dénonciation du renforcement du pouvoir des institutions par rapport aux individus, du fait de ces nouvelles évolutions techniques, a amené à réguler et à limiter les possibilités de croisement de fichiers par les lois relatives à l'informatique et aux libertés. Or, ces lois ont été l'objet d'aménagement assouplissant ces limitations au nom de la lutte contre le terrorisme et la cyber-criminalité, voire plus prosaïquement afin de pouvoir croiser les fichiers de Canal Plus et ceux des services fiscaux et afin de repérer les fraudeurs qui s'acquitteraient d'un abonnement sans payer la redevance.

---

[1] Voir les définitions proposées par le gouvernement et le Conseil de l'Europe page 359.

[2] *Surveiller et punir* p. 223.

Les lois de finances du 1er août 2000, prévoyant à compter du 1er janvier 2004 la suppression des taxes parafiscales en accord avec la réglementation européenne, ont ainsi prévu la transformation de la redevance en impôt, ce qui permettrait à l'administration fiscale de faire valoir son *droit de communication* et de *rechercher des renseignements sur un contribuable auprès des différents organismes avec lesquels il est en relation*[1]. La Cnil a néanmoins donné un avis défavorable à tous les types de croisement de fichiers, essayant par exemple, de soutenir systématiquement le fait que le Numéro d'identification national (NIR) ne puisse en aucun cas faire l'objet d'un usage strictement fiscal.

> *Réunie en séance plénière, mardi 17 novembre, la CNIL a relevé que la portée du texte adopté à l'Assemblée nationale dépassait largement toutes les propositions précédentes qui visaient à autoriser l'administration fiscale à utiliser le NIR. Ainsi, le dernier projet déposé devant le Parlement au mois de mars 1997, sur lequel le précédent gouvernement avait souhaité recueillir l'avis de la CNIL, visait à faciliter les interconnexions entre fichiers sociaux et fiscaux, précisait que l'utilisation du NIR par l'administration fiscale n'était autorisée que pour l'accomplissement des missions des organismes et institutions participant à la gestion de la sécurité sociale et non pas à des fins de contrôle fiscal. Il serait à craindre, si ce projet était mis en œuvre, que l'administration ne renforce encore l'automatisation de la prise de décision fiscale.*[2]

Les parlementaires ont donc souvent déploré, de ce point de vue, les décisions de la Cnil.

Bernard Spitz, maître de conférences en économie des médias à l'Université de Paris-Sorbonne, exposait ainsi : *la réforme de la redevance consisterait à renverser la charge de la preuve, chaque foyer la payant, sauf s'il atteste sur l'honneur ne pas avoir la télévision ou être exonéré. L'État la collectant avec une perception de recettes existante, par exemple la taxe d'habitation. Les contrôles en seraient facilités, la gestion allégée, le rendement accru de 300 millions d'euros par an.*[3]

Cette intégration est effective en 2005, l'adossement de la redevance à la taxe d'habitation étant intégré dans la loi de finance. Elle a cependant été un échec relatif[4], malgré les économies induites par la surpression du service de la redevance[1].

---

[1] « Redevance. 116,50 euros qui font parler » L'Humanité du 1er octobre 2003, Fernand Nouvet.

[2] Philippe Marini, rapporteur général de l'article L. 287 du livre des procédures fiscales, Sénat, séance du 8 décembre 1998 ; minute du Sénat : http://www.senat.fr/seances/s199812/s19981208/sc19981208011.html .

[3] Article cité.

[4] « Les ratés de la redevance » Le Monde du le 10 Novembre 2005, Michaëla Bobasch.

Pour que ces dispositifs fonctionnent, il faut à la fois une certaine bonne volonté en terme de soumission aux contrôles et que les sources d'origine soient absolument fiables, d'où l'importance de l'identification précise des individus pour la mise en place de fichiers de contrôle policiers, administratifs ou fiscaux.

Michel Charasse intervenait dans ce sens le 26 novembre 2003 au Sénat, lors de la discussion de la loi de finance 2004 :

> *Tout le monde peut se présenter chez un revendeur sous le nom de M. Alain Lambert, 139 rue de Bercy, Paris XIIe arrondissement ! Quatorze mille téléviseurs par an lorsque j'étais ministre, ça donne une idée de la perte pour la redevance ! Aussi, peut-être ne faut-il pas le dispositif que nous propose M. Badré, mais au moins obliger l'acheteur à présenter une pièce d'identité, le vendeur pouvant alors transmettre les informations.*[2]

Contrôles politiques et liberté individuelle

Cette question de la fiabilité des identités est encore plus sensible au niveau politique.

Les États-Unis exigent ainsi un passeport comprenant l'image faciale et les empreintes digitales numérisées pour entrer sur leur territoire depuis le 26 octobre 2005, à la suite des attentats de septembre 2001, disposition relayée au niveau européen par règlement de l'Union du 13 décembre 2004.

Dominique de Villepin, Ministre de l'intérieur en 2004, a proposé, à ce moment là, de mettre en place une nouvelle carte d'identité, payante et obligatoire, qui intègre ces données. La carte d'identité nationale électronique sécurisée (Ines) permettrait de constituer des fichiers centralisés avec les photos et les empreintes digitales numérisées de toute la population, ce qui avait entraîné un tollé de la part des associations de défense des droits de l'homme. Le projet a été reporté *sine die* en 2005, sans doute en grand partie pour des problèmes pratiques ; la distribution des nouveaux passeports intégrant une puce électronique est déjà si longue à opérer, que les États-Unis ont refusé d'accorder à la France un délai supplémentaire pour la mise en place du document : les ressortissants français doivent donc solliciter un visa en attendant la mise en circulation effective du nouveau document[3].

---

[1] Décret n° 2005-1232 du 30 septembre 2005 portant cessation de l'activité du service de la redevance audiovisuelle et de l'agence comptable du service de la redevance audiovisuelle.

[2] Compte rendu analytique du Sénat : http://www.senat.fr/cra/s20031126/s20031126H10.html .

[3] « La France traîne sur le passeport biométrique » Libération du 14 octobre 2005, Patricia Tourancheau.

L'administration retrouve donc, peut-être grâce aux concepts de cyber-crime et de cyber-terrorisme, un rôle central que la *crise interne du système* mettait en péril.

Une autre particularité de la lutte contre les *cyber-délinquances* et de la mise en place de fichiers de surveillance est d'impliquer la mise en œuvre de hautes technologies. L'État doit donc faire appel à des sociétés privées à forte valeur ajoutée pour effectuer ces opérations. Or, l'attribution des marchés publics est un aspect important de la définition du rôle régulateur du système politique, tel que nous l'avons abordé avec Habermas.

Ainsi, la fabrication des passeports biométriques réclamés par les États-Unis a donné lieu, en France, à un transfert du marché au profit d'une société privée, à la place de l'Imprimerie Nationale condamnée de ce fait à disparaître, puisque l'ensemble de ses activités est transféré à des sociétés privées[1]. L'idée même d'une imprimerie nationale semble donc tellement liée à une période où l'État se définissait par rapport à l'écrit, à la fois en terme de productions de prestige[2] et de pièces administratives, qu'elle serait appelée à disparaître.

Or, les initiatives gouvernementales sont en avance par rapport au cadre légal ; la loi du 31 décembre 1993 donne à l'Imprimerie Nationale le monopole de la fabrication de ces documents. Contesté par le Comité d'entreprise le 8 novembre, l'appel d'offre pour la passation de marché est annulé par le tribunal administratif le 23 novembre 2005, obligeant le ministère à annoncer la fabrication transitoire des passeports en régie directe, dans un délai de six mois, dans des conditions inconnues[3]. Le Conseil d'État a confirmé cette annulation le 3 mars 2006[4].

La recherche des fraudeurs au droit d'auteur

Ces emprises croissantes de l'État sur la sphère privée, par le bais d'entités privées, se doublent d'une dimension de privatisation de la recherche de la preuve qui autorise, comme nous l'avons déjà souligné, l'utilisation de moyens captieux, par exemple dans le cas de la recherche d'auteurs de téléchargements illégaux.

---

[1] Ce qui représenterait un marché évalué à 35 millions d'euros pour le renouvellement de 3,5 millions de passeports par an.

[2] Voir le statut particulier des ouvriers du livre.

[3] « L'Intérieur se lance dans l'imprimerie » Libération du 10 janvier 2006, Flore Mabilleau

[4] « Les passeports pour l'Amérique repartent à l'Imprimerie » Libération du 4 mars 2006, Amaria Tlemsani.

La recherche légale d'internautes, téléchargeant illégalement des œuvres protégées, doit faire l'objet d'un accord préalable de la Cnil (demande de « traitement automatisé de détection des infractions au code de la propriété intellectuelle »), encadré par la nouvelle loi « informatique et liberté » du 6 août 2004, comme le rappelle la Cnil dans un communiqué du 26 octobre 2004 :

> *Le développement des actes de contrefaçon via l'utilisation des systèmes d'échanges de fichiers « peer to peer » menace la stabilité économique du secteur de l'industrie musicale et met en péril la protection de la propriété intellectuelle. C'est dans ce contexte qu'une nouvelle disposition de la loi du 6 janvier 1978 a été introduite par la loi du 6 août 2004. Il s'agit de l'article 9,4°.*
>
> *Cet article donne la possibilité aux personnes morales mentionnées à l'article L. 321-1 et L. 331-1 du code de la propriété intellectuelle, de mettre en œuvre des traitements portant sur des données relatives à des infractions, condamnations ou mesures de sûreté. Jusqu'à présent, ce type de traitement était réservé aux pouvoirs publics.*
>
> *Il est à noter que dans sa décision du 29 juillet 2004, le Conseil constitutionnel a validé la conformité de cette disposition visant à concilier la protection des données à caractère personnel et la protection de la propriété intellectuelle*.

Cette possibilité a été accordée pour la première fois au SELL[1] le 24 mars 2005.

Deux sociétés, Advestigo et CoPeerRight sont présentes sur ce marché en 2005, pour le compte du SELL, du SCPP, de la SPPPF de la SDRM et de la SACEM[2]. Le contrat qui lie le SELL à CoPeerRight est pourtant résilié quelques mois après au profit de Advestigo. La société CoPeerRight attaque alors en justice cette société le 20 juillet, pour contrefaçon d'un brevet qu'elle aurait déposé en 2003. Suivant la société Advestigo, ce procédé n'aurait été déposé qu'en février 2005. Le 3 août, la société CoPeerRight attaque également en justice ses anciens clients, le SELL et la SACEM. Son responsable juridique déclare : *Ces organismes disent lutter contre la piraterie et en font* usage »[3]. Cet épisode illustre la difficulté de mise en

---

[1] Syndicat des éditeurs de logiciels de loisirs. Le SELL regroupe Activision, Atari France, Buena Vista Games, Codemasters, Eidos, EA, Konami, Micro Application, Microsoft, Mindscape, Nintendo, Sega, Take2, UbiSoft, Universali, Vivendi Universal Games.

[2] Société des Auteurs, Compositeurs et Editeurs de Musique (SACEM) ; Société pour l'administration du Droit de Reproduction Mécanique (SDRM) ; Société Civile des Producteurs Phonographiques (SCPP) ; Société civile des Producteurs de Phonogrammes en France (SPPF).

[3] Cité dans « L'Univers impitoyable des chasseurs de pirates », Eric Nunès, Le Monde du 7 octobre 2005.

place de contrôles automatisés pris en charge par des sociétés privées, alors qu'elles sont elles-mêmes dans des situations de concurrence tout en utilisant des moyens très proches.

La CNIL va finalement refuser d'autoriser ces sociétés d'auteurs et de producteurs de musique à mettre en œuvre ces moyens de détection des infractions au code de la propriété intellectuelle dans une décision du 18 octobre 2005, arguant en particulier de l'absence d'encadrement judiciaire suffisant :

> *Dans sa décision du 29 juillet 2004 le Conseil constitutionnel pose le principe que les données collectées à l'occasion des traitements portant sur des infractions aux droits d'auteur ne pourront acquérir un caractère nominatif que sous le contrôle de l'autorité judiciaire*[1].

En outre, la CNIL souligne que l'autorisation de ces contrôles, tels qu'ils ont été demandés par les sociétés d'auteurs, reviendrait à mettre en place un contrôle permanent, systématique et nominatif des réseaux pair à pair, ce qui n'est pas « proportionné à la finalité poursuivie ». Enfin, le principe discrétionnaire d'envoi d'un « avertissement » préalable aux internautes fautifs est considéré comme illégal dans ce cas, puisqu'il implique de conserver les données de connexion des internautes. La CNIL souligne que le caractère arbitraire du seuil de fichiers partagés, à partir duquel ces sociétés décideraient unilatéralement de relever l'infraction, contrevient aux principes du droit.

Cet aspect a pourtant été réintroduit par le gouvernement, par un amendement lors de l'examen de la loi sur les droits d'auteur, le 20 décembre 2005. Le groupe socialiste a proposé, à ce moment là, des amendements destinés à revenir sur les dispositions de la loi d'août 2004 qui vont à l'encontre des fonctions régaliennes de l'État, en confiant à des sociétés privées la recherche des infractions. Il a également contesté le principe juridique suivant lequel des fichiers de présumés coupables pourraient être constitués[2].

Après le report de la loi en décembre 2005, sa nouvelle version, présentée en janvier 2006 pour être soumise de nouveau au parlement en mars, semble marquer l'abandon de ce principe.

---

[1] Communiqué de la CNIL daté du 24 octobre 2005 « échos de la séance du 18 octobre 2005 ».

[2] Voir 01.Net du 21 décembre 2005, entretien avec Didier Mathus, député socialiste de Saône-et-Loire, membre de la commission des affaires culturelles, propos rapportés par Arnaud Devillard. http://www.01net.com/editorial/298899/interview/d.-mathus-(ps)-le-projet-de-loi-sur-le-droit-d-auteur-est-le-plus-repressif-d-europe-/

L'évolution juridique n'est donc pas totalement prédéterminée. Pourtant, des composantes de l'État lui-même ont pu en proposer une analyse très pessimiste du point de vue de l'évolution des libertés publiques.

Liberté et « démocratie industrielle »

Dans son étude sur les meilleures stratégies à établir pour l'État face aux mutations des médias[1], le Commissariat au plan dresse ainsi une chronologie frappante des cadres légaux relatifs aux libertés. Or, il s'agit d'un organisme lié à l'industrialisation de la France après guerre, et au volontarisme qui l'a vue passer d'une société largement rurale à une société industrialisée. Ce rapport est un des derniers émis par cette instance. Elle est en effet, en cours de remplacement par un institut de prospective, ce qui marquerait encore la volonté politique de souligner ce passage d'une ère industrielle à une ère numérique, en réaffectant les ressources d'une institution qui relèverait d'une période dont on veut souligner le caractère passé. La disparition de l'institution elle-même pourrait alors être vue comme une métaphore des transformations liées à la convergence.

- Déclaration des droits de l'Homme et du citoyen du 26 août 1789
  « Article 11 - La libre communication des pensées et des opinions est un des droits les plus précieux de l'Homme : tout Citoyen peut donc parler, écrire, imprimer librement, sauf à répondre [de] l'abus de cette liberté dans les cas déterminés par la Loi ».
- Déclaration universelle des droits de l'homme des Nations Unies du 10 décembre 1948

« Article 19 - Tout individu a droit à la liberté d'opinion et d'expression, ce qui implique le droit de ne pas être inquiété pour ses opinions et celui de chercher, de recevoir et de répandre, sans considérations de frontières, les informations et les idées par quelque moyen d'expression que ce soit ».

- Convention européenne des droits de l'Homme du 4 novembre 1950 amendée par le protocole n°11 en vigueur le 1er novembre 1998
  « Article 10 - Liberté d'expression.
  1. Toute personne a droit à la liberté d'expression. Ce droit comprend la liberté d'opinion et la liberté de recevoir ou de communiquer des informations ou des idées sans qu'il puisse y avoir ingérence d'autorités publiques et sans considération de

[1] Groupe Cosmos : *Des médiattitudes - Prospective sur la stratégie de l'État dans les mutations des médias. Une prospective des médias à l'horizon 2015* - juin 2005 p. 68. Sylvie Benard – Bernard Benyamin Commissariat général du Plan.

> frontière. Le présent article n'empêche pas les États de soumettre les entreprises de radiodiffusion, de cinéma ou de télévision à un régime d'autorisations.
>
> 2. L'exercice de ces libertés comportant des devoirs et des responsabilités peut être soumis à certaines formalités, conditions, restrictions ou sanctions prévues par la loi, qui constituent des mesures nécessaires, dans une société démocratique, à la sécurité nationale, à l'intégrité territoriale ou à la sûreté publique, à la défense de l'ordre et à la prévention du crime, à la protection de la santé ou de la morale, à la protection de la réputation ou des droits d'autrui, pour empêcher la divulgation d'informations confidentielles ou pour garantir l'autorité et l'impartialité du pouvoir judiciaire. »

On voit ainsi, très nettement, rentrer dans la définition de la liberté d'expression individuelle, des restrictions, garantissant le rôle régulateur de l'État dans les médias, qui anticipent largement le prétexte du droit d'auteur, de la cyber-criminalité ou du cyber-terrorisme, pour contrôler, sous le titre de la convergence, non seulement la télévision et Internet, mais une grande part de la sphère privée.

Vidéo-surveillance et cyber-contrôle

La loi antiterroriste du 23 janvier 2006[1] a ainsi encore étendu les possibilités de contrôle et de surveillance de l'État, et l'obligation pour des opérateurs privés de conserver des données individuelles pour permettre des contrôles ultérieurs.

La CNIL avait pourtant émis de nombreuses réserves sur les dispositions de la loi les plus attentatoires à la liberté. Le Conseil constitutionnel invalidera certaines de celles-ci.

Le Ministre de l'intérieur, Nicolas Sarkozy, avait pourtant pris la peine, dans l'exposé de ses motifs, de rappeler la définition des droits de l'homme à laquelle il était attaché[2] :

> *L'article 2 de la Déclaration des droits de l'homme et du citoyen dispose que « Le but de toute association politique est la conservation des droits naturels et imprescriptibles de l'Homme. Ces droits sont la liberté, la propriété, la sûreté, et la résistance à l'oppression. »*

---

[1] Loi n° 2006-64 du 23 janvier 2006 *relative à la lutte contre le terrorisme et portant dispositions diverses relatives à la sécurité et aux contrôles frontaliers*. Promulguée par décret du 26 mars 2006.

[2] Exposé des motifs du projet de loi n°2615 *relatif à la lutte contre le terrorisme* enregistré à l'Assemblée nationale le 26 octobre 2005 en procédure d'urgence déclarée.
http://www.assemblee-nationale.fr/12/projets/pl2615.asp .

> *A l'heure où la menace terroriste pèse sur la France, l'intérêt national commande de mieux assurer le droit à la sûreté, dans le respect des libertés.*
>
> *C'est l'objet du présent projet de loi.*

C'est donc très clairement le droit à la sûreté qui est mis en avant, dans le contexte particulier qui a suivi « les attentats survenus à New York et Washington (septembre 2001), Madrid (mars 2004) et Londres (juillet 2005) », comme le rappelle le ministre.

> *La mondialisation des échanges et le perfectionnement des technologies de l'information et de la communication aggravent la menace. La volonté de destruction des terroristes y trouve de nouvelles voies d'expression.*[1]

Or, ces impératifs de sécurité font le lit d'un certain nombre de garanties constitutionnelles en matière de respect des libertés individuelles. Identifier l'oppression au terrorisme permet, en outre, d'évacuer la question de l'impact individuel des politiques répressives. Il est bien possible que des terroristes aient le sentiment de commettre un acte de résistance, ce qui ne justifie évidemment pas leurs agissements, mais implique de prendre la mesure de toutes les conséquences des dispositifs qui sont censés les combattre.

La CNIL a, en particulier, souligné l'impact sur les libertés individuelles des points suivants[2] :

- la vidéosurveillance,
- la transmission aux services de police de données sur les passagers se rendant dans des pays hors de l'Union européenne ou en provenance de ces pays[3],
- la mise en place, sur le réseau routier et autoroutier, « en tous points appropriés » de dispositifs fixes ou mobiles de lecture des plaques minéralogiques et de prise des photographies des occupants des véhicules,
- l'accès aux données de connexion Internet et téléphonie conservées par les opérateurs de communication électroniques et les cybercafés,

---

[1] *Ibidem*.

[2] « Lutte contre le terrorisme : la CNIL souhaite un meilleur équilibre entre les impératifs de sécurité et la protection des libertés », communiqué de la CNIL du 26 octobre 2005 diffusé sur son site Internet : http://www.cnil.fr/index.php?id=1884.

Délibération n°2005-208 du 10 octobre 2005 portant avis sur le projet de loi relatif à la lutte contre le terrorisme : http://www.cnil.fr/index.php?id=1883 .

[3] Les Etats-Unis exigent ainsi, depuis mars 2003, la transmission, par les compagnies aériennes, des données personnelles concernant les passagers se rendant sur le territoire américain. La décision de mai 2004 autorisant ce transfert de données a été annulée par la Cour de justice européenne en mai 2006, à la suite d'un recours du Parlement européen.

- la consultation de certains fichiers administratifs détenus par le ministère de l'intérieur (fichier des immatriculations, fichier des cartes d'identité des passeports, des permis de conduire, des titres de séjour et visas).

La commission remarquait ainsi *que ce dispositif, en venant ajouter au cadre de police judiciaire existant en matière de lutte anti-terroriste un cadre de police administrative, c'est-à-dire hors du contrôle a priori du juge, permettant ainsi un accès très large à certains fichiers publics et privés et aux enregistrements de vidéosurveillance, constitue un changement profond.*

Elle estimait donc que l'ensemble du dispositif prévu par le projet de loi devait être encadré très précisément *afin de garantir le respect des libertés individuelles, en particulier la liberté d'aller et venir*. Elle préconisait de limiter dans le temps la conservation des données enregistrées (trois ans au maximum), la mise en place d'une évaluation parlementaire de l'efficacité de ces mesures, ce qui témoigne donc aussi de son scepticisme, perceptible dans l'ensemble de la rédaction de son avis, et qu'elle-même puisse évidemment exercer ses pouvoirs de contrôle prévus par la loi sur ces dispositifs. Elle émettait des réserves complètes quant aux différents principes de surveillance systématique préconisés, qu'il s'agisse de photographie des occupants de véhicules, de vidéosurveillance, de données de connexion Internet ou de croisement de fichiers. Le statut des agents susceptibles d'accéder à ces données était également extrêmement flou dans la rédaction initiale de la loi.

Enfin, la base même du dispositif repose le fait de pouvoir vérifier l'identité de personnes à leur insu, notamment en utilisant à des fins de police des renseignements commerciaux, comme les données de réservation des agences de voyage ou les documents d'embarquement des transporteurs. Or, la CNIL a toujours défendu le principe, suivant lequel un individu doit toujours être prévenu des mesures de surveillance systématiques et de leur enregistrement, ainsi que de l'usage des données recueillies le concernant : c'est même son objet légal ! Le cas échéant la CNIL a pour objet de garantir à chacun son droit d'accès et de rectification, voire d'effacement si la collecte est indue : un droit à la disparition en quelque sorte.

Elle ne manque donc pas de rappeler ces principes, tout en soulignant que, si une telle loi se donne pour justification la lutte contre le terrorisme dans un contexte de danger particulier, elle ne doit avoir qu'une durée d'application limitée dans le temps, ce qui peut être intégré dans sa rédaction. L'article 32 prévoit, en effet, que les dispositions des articles 3 (contrôle dans les trains transfrontaliers), 6 (contrôle des télécommunications, invalidé quant à son

usage à des fins répressives[1]) et 9 (accès de la police aux fichiers administratifs et commerciaux) ne sont applicables que jusqu'au 31 décembre 2008, et que le Gouvernement remette chaque année au Parlement un rapport sur l'application de la loi. Les autres dispositions seraient donc pérennes.

On peut néanmoins se demander jusqu'à quel point ce nouveau « devoir d'apparition », au sens de l'obligation de s'identifier ou de se laisser identifier, n'est pas la conséquence directe des évolutions de fond que nous évoquons. Cette emprise a été dénoncée comme un « contrôle généralisé », par les sénateurs à l'origine de la requête devant le Conseil constitutionnel.

Nationalité et justice administrative

La loi que nous venons d'évoquer propose d'étendre de dix à quinze ans la période suivant une naturalisation, durant laquelle la déchéance de la nationalité pourrait être prononcée[2]. Cette proposition vise ceux qui se rendraient coupables « d'actes portant une atteinte manifeste aux intérêts fondamentaux de la Nation », « d'actes de terrorisme » et « d'actes incompatibles avec la qualité de Français, et préjudiciables aux intérêts de la France », en particulier après l'acquisition de la nationalité par mariage. Elle s'appuie sur une analyse stratégique qu'il convient de rapporter :

> *Compte tenu, en effet, de l'avantage qu'ils prêtent à l'obtention de la nationalité française, les réseaux terroristes développent des stratégies d'implantation territoriale : une fois la nationalité française acquise, l'activiste ne peut plus faire l'objet d'une interdiction judiciaire du territoire, d'une mesure administrative d'éloignement et se voit, en outre, dispensé de l'obligation d'obtenir un visa pour se déplacer vers de nombreux pays*[3]*. Il s'agit de faire échec à ces stratégies.*

L'objet de la loi n'est donc pas de déchoir des terroristes qui pourraient de toute façon être déférés devant les juridictions adéquates, mais des activistes qui pourraient être soupçonnés

---

[1] Décision du Conseil constitutionnel n° 2005-532 DC du 19 janvier 2006 ; sont visés dans l'article 6 les mentions « afin de prévenir et de réprimer les actes de terrorisme », la mention « et de réprimer » étant invalidée (surveillance, recueil et conservation des données de télécommunication) et l'article 19 (amendement concernant l'organisation des collèges paritaires dans les commissions administratives de la police, sans aucun rapport avec l'objet de la loi).
http://www.conseil-constitutionnel.fr/decision/2006/2005532/2005532dc.htm .

[2] Chapitre V article 11 du projet de loi, article 21 du chapitre VI de la loi promulguée, « dispositions relatives à la déchéance de la nationalité française ».

[3] Les problèmes de délivrance des passeports auront pourtant limité cette possibilité de visa vers les Etats-Unis fin 2005 et début 2006.

de préparer un attentat dans quinze ans, et contre lesquels aucun recours judiciaire ne serait possible, c'est à dire qu'il n'y aurait aucune preuve contre eux. La déchéance permettrait alors l'application de la seule justice administrative dans tout son arbitraire.

Ce type de scénario, encore une fois, peut sembler directement issu d'une fiction d'espionnage, qu'il s'agisse d'une série romanesque, télévisuelle ou cinématographique. Aucun élément d'analyse susceptible de le corroborer n'est donné. Il faut se contenter de l'essentialisation des termes 'les réseaux terroristes', 'l'activiste', et croire à l'impact de la possession de notre nationalité dans ces activités.

Ce type d'image est un lieu courant dans des films ou des séries américaines. Il demeure que ces registres fictionnels remplissent certainement un rôle particulier dans l'imaginaire américain : ils actualiseraient par exemple des traits du western. En changeant d'espace, il semble qu'ils soient pris comme des analyses stratégiques justifiant une inversion des lois. La production législative serait peut-être alors la conséquence d'un contresens lors de la réception de programmes télévisés : une façon de se manifester en tant que public.

Une autre hypothèse serait que ces lois s'appuient sur des représentations communes pour justifier des évolutions légales difficiles à soutenir sur une base rationnelle. La principale évolution concerne évidemment, comme le soulignait la CNIL, le renforcement de la justice administrative au détriment des instances judiciaires, en particulier quant à l'éloignement ou au contrôle des déplacements des personnes.

Pouvoir et types de légitimité

La promotion de l'arbitraire des moyens de surveillance et de répression politique peut-elle être rapprochée des modalités de contrôle de la consommation culturelle ?

Nous établissons un parallèle dans toute notre approche entre la notion de liberté politique et la notion de liberté de choix esthétique dans la consommation de biens culturels : tout usager, pouvant s'estimer qualifié à produire des jugements de goûts, peut produire des jugements politiques. Cette qualification est, bien entendue, largement prédéterminée par des échelles culturelles sous-jacentes[1] et par des jeux de médiations sociales en fonction des compétences particulières reconnues ou revendiquées par chacun. Un amateur d'art contemporain, reconnu comme tel par son entourage, pourra en effet demander l'avis de quelqu'un dont il reconnaît

[1] Cf. schéma page 96.

la compétence cinématographique avant de choisir de voir un film[1]. Celui-ci lui demanderait en retour conseil avant d'aller visiter un musée. Ces logiques correspondent au principe des deux étages de la communication auquel nous avons souvent référé.

Or, cette qualification particulière du destinataire peut interférer avec d'autres modalités organisationnelles. La liberté d'opinion peut être vue comme un espace de compensation de la confrontation politique, la libéralisation des médias ayant favorisé progressivement des registres d'expression politique de plus en plus *à distance,* le débat télévisé et le vote remplaçant la harangue et le coup de force. Comme le Premier ministre Dominique de Villepin le rappelait en mars 2006, « le chantage de la rue » n'a aucune légitimité politique.

Pourtant, de nombreux projets de lois ont été abandonnés à la suite de la pression de manifestations : les critères de la légitimité syndicale s'opposent en cela, rhétoriquement, à ceux qu'un gouvernement va mettre en avant.

Les manifestations de mars 2006 avaient justement pour objet la question de la mobilité des salariés, en s'opposant à la limitation des possibilités de recours à une instance paritaire de justice professionnelle[2].

Droit du travail et évolution des normes juridiques

Le Conseil constitutionnel a néanmoins souligné que *toute rupture d'un contrat première embauche durant les deux premières années pourra être contestée devant le juge du contrat ; qu'il appartiendra à l'employeur, en cas de recours, d'indiquer les motifs de cette rupture afin de permettre au juge de vérifier qu'ils sont licites et de sanctionner un éventuel abus de droit.* Ces dispositions réintroduisent donc la possibilité de recours judiciaire, et l'obligation pour l'employeur de fournir la charge de la preuve (point 25, conséquences de l'article 8). La Charte sociale européenne et la convention de L'organisation Internationale du travail interdisent, en outre, les licenciements sans motifs. La loi prévoit également la mise en place d'un « contrat de responsabilité parentale », en cas de carences des parents ou de troubles causés par un mineur, permettant la suspension des allocations familiales (article 48).

Le Président de la république Jacques Chirac a annoncé, dans une allocation télévisée le 31 mars 2006, que les points litigieux (durée de la période d'essai et notification des raisons du

[1] Dimension illustrée par les flèches représentant l'interaction offre / demande au niveau de la réception dans le schéma page 201 et par l'inclusion dans un groupe de réception dans le schéma page 128.

[2] *Projet de loi pour l'égalité des chances*, n°2787, déposé le 11 janvier 2006, adopté le 8 mars 2006 ; décision du Conseil constitutionnel n° 535 DC du 30 mars 2006 ; *loi n° 2006-396 du 31 mars 2006 pour l'égalité des chances* publiée le 2 avril 2006.

licenciement) ne seraient pas appliqués en attendant qu'une initiative parlementaire permette de modifier ces aspects de la loi. Cette allocution a été suivie par plus de 20 millions de spectateurs d'après Médiamétrie. En conséquence, le Ministre de la cohésion sociale Jean-Louis Borloo et le Ministre délégué à l'emploi Gérard Larcher ont écrit aux fédérations professionnelles pour leur demander de ne pas signer les contrats instaurés par la loi qui venait d'être promulguée.

> *Or, le fait, par une personne dépositaire de l'autorité publique, agissant dans l'exercice de ses fonctions, de prendre des mesures destinées à faire échec à l'exécution de la loi est puni de cinq ans d'emprisonnement et de 75.000 euros d'amende" selon l'article 432-1 du Code pénal relatif aux "abus d'autorité dirigés contre l'administration".*
>
> *L'infraction est "punie de dix ans d'emprisonnement et de 150.000 euros d'amende si elle a été suivie d'effet", précise l'article 432-2*[1]

Le conseil d'état et le conseil constitutionnel ayant considéré que le CPE et le CNE relevaient du régime commun, avec possibilité de saisir les juridictions pour les salariés, cette loi ne peut assurer un cadre juridique stable aux licenciements sans motifs : il aurait fallu commencer par dénoncer les conventions internationales de l'OIT et la Charte européenne signées par la France qui interdisent de licencier sans motif. Un ministre a donc risqué de faire dix ans de prison, à la demande de son président, pour ne pas faire appliquer une loi que celui-ci avait promulguée alors qu'elle n'avait pas d'application.

Son épouse, Béatrice Schonberg, avait pourtant présenté, le 26 mars, une manifestation pour le déblocage des universités en grève comme apolitique, les manifestants voulant « juste obtenir la liberté d'étudier », alors que les autres médias montraient que cette manifestation était noyautée par le syndicat UNI, souhaitant transformer le rassemblement en mouvement pro-CPE. Cette position a ouvert une polémique, quant à l'impartialité de l'information diffusée dans ces conditions[2].

Le renversement de la charge de la preuve et le passage du droit du travail vers une justice purement administrative et non paritaire semblent donc difficile, tant d'un point de vue d'acceptation sociale que de légalité, de constitutionnalité et d'engagements internationaux. On retrouve, pourtant là, une finalité des propositions gouvernementales que l'on a déjà

---

[1] « CPE: faire échec à l'exécution d'une loi est passible de dix ans de prison » dépêche AP du 3 avril 2006 reprise sur Yahoo ! Actualités !

[2] « Quand Béatrice Shonberg 'borlooise' l'info » Libération du 19 mars 2006, Raphaël Garrigos et Isabelle Roberts ; « Béatrice Shonberg à nouveau sur la sellette à France 2 » Le Monde du 5 avril 2006, Daniel Psenny.

observée à propos de la lutte contre la contrefaçon, du droit des étrangers, du droit pénal, et de l'encadrement de la magistrature.

La CGT a ainsi dénoncé une circulaire[1] du Ministre de la justice, datée du 8 mars 2006 à propos du nouveau contrat de travail CNE[2] :

> [Celle-ci] *ordonne aux procureurs généraux d'intervenir systématiquement dans les procédures prud'homales concernant le CNE et de faire appel des décisions qui mettraient en cause ce dispositif. La circulaire prétend en outre expliquer aux conseillers prud'hommes, qui sont des magistrats à part entière, l'art et la manière d'interpréter l'ordonnance créant le CNE et la récente décision du Conseil d'état. Elle va jusqu'à affirmer que le principe selon lequel « en cas de doute, celui-ci doit profiter au salarié » ne devrait pas s'appliquer au CNE.*

Face à la multiplication des recours contre ce nouveau contrat, cette circulaire demande aux procureurs de faire appel des décisions qui iraient à l'encontre des modalités de l'ordonnance qui avait créé le CNE[3]. Cette mise en place d'un contrôle de la chancellerie sur les parquets civils est en elle-même une innovation[4].

Le Syndicat de la magistrature a donc dénoncé le caractère « illégal » de cette circulaire, qui ne détaillait même pas les « procédures discriminatoires » en question[5] :

> *L'ordonnance créant le CNE, qui déroge aux règles protectrices des salariés, notamment garanties au niveau international par la convention n°158 de l'OIT, n'édicte en aucune manière des règles d'ordre public pouvant justifier cet appel des parquets.*

Le Conseil d'État, tout en validant ce contrat[6], avait déjà relevé cette contradiction[1], ne l'avalisant qu'en soulignant le rôle des juridictions prud'homales, comme le fera le Conseil constitutionnel à propos du CPE :

---

[1] Lettre adressée aux procureurs généraux près les cours d'appel, émanant de la Direction des affaires civiles et du Sceau du Ministère de la justice. Elle est reproduite sur le site du Syndicat de la magistrature : http://www.syndicat-magistrature.org/Crew/Doc/510=lacirculaire.pdf .

[2] « CNE, le gouvernement s'affole » déclaration du 23 mars 2006, disponible sur le site de la CGT : http://www.cgt.fr/internet/html/lire/?id_doc=3847 .

[3] Ordonnance du 2 août 2005.

[4] « CNE : la chancellerie donne des instructions aux parquets sur les contentieux » Le Monde du 23 mars 2006, Nathalie Guibert.

[5] « Parquets, sauvez le CNE » communiqué du 23 mars 2006 : http://www.syndicat-magistrature.org/Crew/Doc/509=cne.pdf

[6] Conseil d'État : Section du contentieux. N°s 283471, 284421, 284473, 284654, 285374. Séance du 14 octobre 2005. Lecture du 19 octobre 2005.

> *L'ordonnance attaquée n'a pas exclu que le licenciement puisse être contesté devant un juge, afin que celui-ci puisse vérifier que la rupture n'a pas un caractère abusif et n'est pas intervenue en méconnaissance des dispositions relatives à la procédure disciplinaire et de celles prohibant les mesures discriminatoires.*

Le Conseil des Prud'hommes de Longjumeau a ainsi requalifié un CNE en CDI le 28 avril 2006 en faisant directement référence dans son jugement au droit international du travail : « L'ordonnance du 2 août 2005 instituant le CNE est contraire à la Convention 158 de l'Organisation internationale du travail (OIT) du 22 juin 1982 »[2].

L'opposition entre justice et administration correspond peut-être bien, en cela, à une opposition entre trois types de légitimité, que l'on retrouve dans l'expression *nation démocratique industrielle*, qui a accompagné le développement des industries culturelles, et que l'on a retrouvée dans toutes les controverses sur le rôle des médias dans l'espace public.

Communauté, marché, pouvoir politique et acceptation des normes

Pour reprendre notre définition de l'espace public, nous distinguons une légitimité en production (l'entreprise et les espaces économiques), une légitimité en réception (les espaces d'usage) et une légitimité construite dans le partage de référents interprétatifs : la nation et les espaces politiques[3].

Une organisation à finalité économique pose en effet le caractère déplaçable et remplaçable de chacun de ses membres[4] : l'éducation centralisée, les diplômes, le renforcement des paliers d'âges correspondent à la mise en place d'un système de capitalisation du savoir, en intégrant l'acquisition et la validation des compétences dans la valeur d'échange. Les revenus économiques sont normalement proportionnels au capital que chacun investit dans une entreprise, qu'il s'agisse de capitaux financiers, d'expérience ou de diplôme.

L'exercice du pouvoir en entreprise (le *management*) consiste à fixer à chacun des objectifs conformes à la finalité de l'entreprise, et à vérifier l'efficience de chacun dans leur réalisation. Aucun membre de l'organisation n'est censé pouvoir juger de lui-même de ses propres

---

[1] « CNE : les parquets sommés de faire front avec les patrons » Libération du 27 mars 2006, Dominique Simmonot.

[2] Extrait repris dans Libération du 29 avril 2006 « Un CNE requalifié en CDI aux Prud'homes » Muriel Gremillet.

[3] Distinctions formalisées sous forme de schémas pages 39 et 94.

[4] Amitai Etzioni *Les Organisations modernes* Duculot, Paris 1971 (1964).

performances, ou de sa bonne intégration dans la réalisation des projets communs : ce type de structure implique donc, à la fois, une organisation hiérarchique des salariés basée sur des délégations de pouvoir, et des dispositifs de surveillance qui permettent de démettre les dirigeants. Quand ceux-ci ne fonctionnent pas suffisamment tôt, comme dans le cas de Vivendi, cela peut entraîner des problèmes stratégiques considérables.

Les familles, les clans, les tribus, et plus ou moins fantasmatiquement les nations constitueraient des structures totalement différentes où le maintien du groupe est une finalité en soi.

Les projets de lois relatifs à l'immigration, proposant d'admettre les étrangers en fonction de leur diplôme[1], reviendraient ainsi à projeter les principes de l'entreprise sur l'organisation de la nation ; le souhait d'une protection sociale revient, inversement, à introduire une valeur d'ordre communautaire dans les engagements économiques. La valorisation du vote, c'est à dire la sanction d'un producteur de discours par ses récepteurs, renverrait aux principes de fonctionnement des marchés culturels dans l'espace politique.

L'intérêt de ces hypothèses n'est pas de fournir des explications figées dont on pourrait très certainement mettre en doute la constance historique : il nous semble, simplement, qu'elles permettent de poser, avec plus de lisibilité, les polémiques liées aux transformations de l'espace public. Les polémiques culturelles naissent, par exemple, de la sur-valorisation de l'autonomie du récepteur ou du producteur, dans des contextes où c'est l'adéquation à un référent commun qui était attendue.

Amitai Etzioni part ainsi d'une analyse des spécificités normatives de chaque type d'organisation : il en déduit qu'il vaudrait mieux favoriser une intégration individuelle des normes sociales, plutôt que d'avoir recours à des dispositifs d'aides ou à des systèmes répressifs coûteux et inefficaces. Assurer un bon équilibre entre État, marché et communautés impliquerait donc de les revaloriser, comme lieu d'intégration des normes de conduite sociales, entendues comme des principes de respect collectif. Cette approche se présente donc comme une *troisième voie*[2] entre échec de « l'assimilationisme » et multiculturalisme absolu, conciliant libéralisme économique, désengagement de l'État et renforcement des communautés.

---

[1] *Projet de loi relatif à l'immigration et à l'intégration*, n°2986, déposé le 29 mars 2006, titre premier *regroupant les dispositions de promotion de l'immigration choisie*. http://www.assemblee-nationale.fr/12/dossiers/immigration_integration.asp .

[2] *The Third Way to a Good Society* Demos, Londres, 2000.

Cette approche est également soutenue au Canada par Charles Taylor, représentant avec Etzioni le courant *communautariste*[1]. En particulier, il souligne que le principe de la représentation égale de tous les citoyens sans distinction de race, de culture, de sexe et d'origine, hérité des Lumières, ne peut plus répondre « à la demande et au besoin de la reconnaissance de différentes identités culturelles ». En imposant une politique d'homogénéisation au nom de la volonté générale, ce principe entraînerait même de nombreux conflits sociaux, en marginalisant ceux qui ne partagent pas les valeurs de la majorité[2] et en leur refusant toute reconnaissance.

Il propose ainsi de remplacer la notion d'honneur par celle de dignité, récusant les identités imposées par des positions hiérarchiques, donc attribuées de l'extérieur, pour promouvoir les identités vécues « de l'intérieur », s'appuyant sur une structure déjà existante, les codes comportementaux transmis par sa communauté. La répression des comportements anti-sociaux pourrait ainsi faire appel à des châtiments visibles (raser le crâne, porter un écriteau infamant) dont l'efficacité serait fondée sur la honte ostensible et non plus sur un déshonneur caché.

On peut se demander si les évolutions normatives que nous avons observées, en particulier au niveau légal, au niveau judiciaire, au niveau du droit du travail et de la régulation des médias, ne s'appuient pas, en fait, sur ce type de conceptions. Ces discours de re-légitimation sont manifestes. Ils nous semblent cependant surtout relever d'un contre-discours face à une évolution du droit et des cadres de communication[3] centrée sur le sujet. On peut donc craindre que ces conceptions ne fassent que justifier et amplifier les aspects les plus négatifs du renforcement du contrôle des individus, en les légitimant et en multipliant les lieux de luttes normatives à la place du débat démocratique. Cette notion de communauté ne servirait-elle qu'à institutionnaliser de nouvelles formes de clientélisme ?

Cette notion de communauté et le présupposé de l'homogénéité des normes en leur sein est très discutable : nous avons vu, en particulier, que les réactions à un énoncé, considéré comme insultant, étaient des moments de lutte intense, pour l'établissement de ces normes, et la désignation de ceux qui seraient aptes à représenter durablement les communautés éphémères

---

[1] Ayse Ceyhan « Le communautarisme et la question de la reconnaissance » Cuture & Conflits n°12, 1993.

[2] *Multiculturalism and Politics of Recognition* Princeton University Press, Princeton, 1992.

[3] Cf. schéma page 390.

ainsi manifestées. Institutionnaliser une telle logique politique ne ferait sans doute que naturaliser des effets propres aux médias[1].

Ainsi, on peut observer que plusieurs propositions d'Amitai Etzioni, à propos des questions liées au port du voile islamique[2] se retrouvent début 2006 intégrées dans le droit français ou ont fait l'objet de propositions de lois, comme l'augmentation des difficultés d'accès à la nationalité pour les immigrés, l'instauration d'un droit dérogatoire pour les étrangers ou la mise en place d'un contrat « d'intégration civique ». Etzioni précisait :

> *Ah, j'allais oublier le voile ! L'unité dans la diversité devrait facilement être réalisée si les enfants portaient des uniformes avec un petit emblème national - ou de l'Union européenne - avec, en plus, un élément religieux symbolique, si les enfants décidaient d'en porter un*[3].
>
> *L'idée que ce genre d'expression emblématique pourrait être ressentie comme une agression ne subsistera que tant que les autres questions n'auront pas été résolues.*

Etzioni préconise, par ailleurs, d'accepter les contrôles de la vie privée par l'État, permis par les nouvelles technologies, dans la mesure où ils permettent d'éviter le terrorisme[4] : ses positions s'intègrent donc dans une perspective assez cohérente avec les évolutions générales que nous avons remarquées.

On peut cependant se demander jusqu'à quel point il n'y a pas mise en cause, à la fois de l'autonomie du champ politique et du champ de réception, et sur-affirmation de l'autonomie du champ économique. Le politique ne serait, en effet, plus défini comme espace d'élaboration d'une norme rationnelle, mais de contrôle de la compatibilité entre normes communautaires et intérêt collectif, les individus n'étant pas considérés comme à même de formaliser directement cet intérêt.

L'inconnue spectatorielle serait résolue par sa formalisation à un niveau collectif sous ce terme de communauté. Cette prise en charge de la formation des consensus à un niveau

---

[1] De la même façon que Bruno Latour estime que la notion de « nature » rend la politique impossible, et la notion de « société » la sociologie impossible, peut-être la notion de « média » ne fait-elle que rendre impossible l'analyse de la communication en naturalisant et en dés-historisant cette donnée.
Changer de société. Refaire la sociologie La Découverte, Paris 2006.

[2] « Diversité dans l'unité, mode d'emploi » dans Le Monde du 14 janvier 2004, texte publié dans plusieurs journaux et repris dans différentes conférences entre 2003 et 2005. Voir par exemple le texte de l'intervention à Berlin du 23 août 2005 : http://www.migration-boell.de/downloads/diversity/Etzioni_Diversity.pdf .

[3] On retrouverait déjà cette logique sémantique sur les automobiles, de la plaque minéralogique à l'écusson sur la vitre arrière et au symbole religieux ou identitaire suspendu au rétroviseur.

[4] *The Limits of privacy* Basic Books, New-York 2000.

supérieur aux échelles habituelles de l'individu, de l'État et du marché, formaliserait peut-être aussi une dissolution des responsabilités individuelles sur lesquelles auraient pu se fonder un consensus rationnel ou, du moins, des dispositifs paritaires de contrôle de cet exercice.

On peut caractériser, à partir de ces critères, trois cas de figures :

- de premier ordre, où la régulation et l'élaboration d'un consensus sont sur-valorisées et le sont d'autant plus qu'il existe une dimension « communautaire » et un marché fermé, faisant que les positions de réception et de production sont relativement réversibles ;
- de second ordre, où le rôle des producteurs économiques et culturels est mis en avant ;
- de troisième ordre, où les récepteurs détermineraient les normes légales en fonction de l'évolution des usages.

Comme nous avons pu le voir, le principe d'une licence globale, s'il allait dans un sens de troisième ordre, a été ramené à des questions de second ordre en fonction de l'intérêt des producteurs. La notion de communautarisme sert peut-être aussi à religitimer des positions de premier ordre par rapport au nouveau pouvoir des usagers, dans un cadre de consommation culturelle dématérialisé, et par rapport à la perte de légitimité des producteurs dans un marché mondial.

Cette notion peut aussi servir à légitimer des positions de second ordre, ce que l'on retrouve dans l'attention qui pourrait sembler autrement paradoxale de régimes totalitaires à l'opinion publique ou aux manifestations collectives.

Normes, espaces et champs de communication :

Espace de l' **Économie**	Espace du **Politique**	Espace de l' **Usage**
Normes de profit	*Normes de légalité*	*Normes d'acceptabilité*
marché ⇓⇑ économie mondialisée	État ⇓⇑ organisations supranationales	individu ⇓⇑ communautés
PRODUCTION Consensus élaboré en fonction des intérêts des entreprises ⇒	RÉGULATION Consensus élaboré en fonction des intérêts des agents de l'État ⇔	RÉCEPTION Consensus élaboré en fonction des intérêts des usagers ⇐

Conclusions

D'une question d'offre à une question de demande

Les nécessités marketing et politiques se rejoindraient finalement dans la convergence : la question n'est plus de s'assurer de la disponibilité d'une offre ou de censurer des contenus, mais de parvenir à contrôler la demande.

Un tel changement se retrouve dans la démultiplication de l'offre télévisuelle. Le corollaire de cette démultiplication, par la diffusion sur ADSL en particulier, est que le téléspectateur cesse d'être un inconnu : chaque changement de chaîne correspond à l'envoi d'un signal coïncidant à sa demande, à partir duquel peuvent être établies des statistiques d'audience. La navigation et la recherche peuvent être contrôlées de la même façon sur Internet.

Ces outils de contrôle peuvent même s'avérer efficients à des niveaux « domestiques » : Google propose un logiciel, Google Desktop, permettant d'utiliser sa technologie au niveau d'un poste individuel ou d'un réseau local, en indexant le contenu des disques durs d'un ordinateur, ce qui comprend non seulement tous les types de documents informatiques (texte, vidéo, image, multimédia…) mais également les courriels voire les conversations tenues sur une messagerie instantanée. Une fonctionnalité permet de stocker ces données sur un autre ordinateur et de les contrôler à distance. L'usage de ces fonctions peut impliquer qu'une partie des données soit enregistrée sur les serveurs de Google. L'Electronic Frontier Fondation (EFF), un organisme américain, déconseille ainsi l'usage de ces fonctions[1].

En effet, le gouvernement américain a entamé des procédures pour avoir accès aux données de connexion et aux données personnelles conservées par Google. Dans le cadre d'une procédure destinée à prouver l'utilité de la loi très contestée sur la protection de l'enfance, le département de la justice a demandé à avoir accès aux données relatives aux requêtes saisies par les internautes sur les différents moteurs de recherche afin de vérifier l'efficacité de leurs dispositifs de filtrage[2].

---

[1] « La nouvelle version de Google Desktop essuie déjà les critiques » Zdnet du 10 février 2006, Estelle Dumout.

[2] « Donées privées : Google engage un bras de fer avec le gouvernement américain » Zdnet du 23 janvier 2006, Estelle Dumout avec Declan Mc Cullagh, CNET news.

Ces données pourraient également être piratées à des fins d'escroquerie (informations bancaires, dossiers d'assurance…) ou utilisées dans des contentieux privés (divorce, affaires de concurrence, etc).

L'ensemble des traces d'usages ouvre un nouvel espace d'investigation aux interventions pénales ou politiques : le cas de la Chine est le plus souvent cité à ce sujet dans la presse ou par les associations militant pour les droits de l'homme ou la liberté d'expression comme expression d'un contre-modèle totalitaire de l'idéal démocratique initial d'Internet. La police de ce pays semble en effet, à la fois avoir développé ses propres outils de contrôle et s'être assurée la coopération des principaux acteurs du secteur, pourtant privés et américains, Yahoo et Google, passant d'une politique totalitaire de contention de l'offre à une politique non moins totalitariste de contrôle de la demande[1]..

> *Pékin a multiplié les règlements pour contrôler Internet, contraignant les sites privés à opérer eux-mêmes le contrôle de leurs contenus, les patrons de café Internet à s'équiper de logiciels bloquant les sites interdits, ou obligeant les détenteurs de blogs à s'enregistrer. Les sites chinois n'ont pas le droit de donner des informations autres que celles de la presse officielle.*
>
> *Shi Tao : Le journaliste chinois a été condamné à dix ans de prison le 30 avril 2005 pour avoir envoyé par mail des documents «secrets» à l'étranger. La justice a utilisé des informations fournies par Yahoo, en identifiant le détenteur du compte du journaliste pourtant enregistré à Hongkong. L'affaire a soulevé de nombreuses protestations.*
>
> *49 cyberdissidents et 32 journalistes sont actuellement emprisonnés en Chine pour avoir publié des articles ou commentaires critiques des autorités, selon Reporters sans frontières.*

Pourtant, les télévisions de Hong-Kong sont accessibles en Chine sur tous les réseaux câblés et celles de Taiwan sur certains d'entre eux. Les disparités de l'offre suivant les régions sont importantes, mais on peut supposer qu'il s'agisse plus de questions géographiques que politiques. On peut, d'autre part, douter de l'efficacité des ces systèmes de filtrage, toujours soumis à des aléas en terme de contention de l'information. Nous avons ainsi pu visualiser en 2004 en Chine, des pages de Libération qui rapportaient précisément que le site du journal était inaccessible sur l'Internet chinois… Le site était sans doute uniquement bloqué sur le

[1] L'événement : « Google et Yahoo au service de Pékin », titre de *une*, dans Libération du 15 février 2006.

réseau de Pékin utilisé par le correspondant de presse, ce qui signifie donc qu'il ne s'agissait pas tant d'une censure que de signifier cette censure aux correspondants de presse européens. Rapporter les formes de censure dont ils peuvent être les objets contribue aussi à légitimer les organes de presse en accréditant la liberté de leur ton[1].

Comme dans le cas de l'affaire des caricatures de Mahomet, des phénomènes internes de surenchère et les processus de qualification des leaders peuvent permettre de rendre compte de ces phénomènes, au-delà du paradoxe de censures qui énoncent leur objet beaucoup plus qu'elles ne le masquent. Cyniquement, le contrôle d'Internet permet certainement avant tout aux dirigeants chinois en phase d'ascension politique de trouver facilement des opposants à réprimer pour donner des gages de leur fidélité au régime et poursuivre leur carrière : l'histoire contemporaine de la Chine est marquée par ces « campagnes de lutte contre la criminalité » parfaitement arbitraires, qui n'ont d'autre sens que de signifier cet arbitraire et l'ambition politique de leurs initiateurs.

En France, nous avons pu observer également cet apparent paradoxe entre, d'une part, une réaffirmation médiatique, verbale et légale du rôle répressif de l'État et des vertus les plus traditionnelles de l'enseignement[2] et, d'autre part, des tentatives de privatisation de certaines de ses prérogatives policières et éducatives. Or, les deux domaines les plus emblématiques de la définition du pouvoir d'un État sont, sans doute, le monopole de la violence légitime et le monopole de l'enseignement légitime. Ces discours ne rempliraient là encore guère plus qu'un rôle de qualification des responsables politiques.

Il demeure que de nouvelles formes de surveillance de la sphère privée se développent pendant qu'elle devient de plus en plus ouverte aux interventions judiciaires.

Le président de la CNIL ; Alex Türk, a ainsi demandé au gouvernement la mise en place d'un plan de rattrapage financier pour la période 2006-2009 afin que la CNIL puisse poursuivre ses missions.

> *Entre biométrie, géolocalisation, vidéosurveillance, lutte contre le terrorisme, administration électronique, alertes professionnelles, mesure de la diversité des origines et « peer to peer », l'année 2005 illustre bien la grande diversité des sujets sur*

[1] Cet exemple est à distinguer des problèmes de distribution de la presse francophone en Afrique par exemple, où l'impact de celle-ci est sans doute objectivement plus important qu'à Shanghai.

[2] Nous avons vu la questions des uniformes ou des principes d'enfermement et de châtiment, on peut voir également à ce sujet sur les questions pédagogiques les polémiques, semble-t-il largement factices, autour des méthodes d'apprentissages de la lecture à privilégier dans l'Éducation nationale : le Ministre a souligné la nocivité des méthodes dites « globales » alors que leur usage semblait déjà largement abandonné.

> *lesquels la CNIL a été amenée à se prononcer et les tendances technologiques qui mettent en cause la protection des données personnelles et de la vie privée.*[1]

La géolocalisation, en croisant surveillance par balise satellitaire et téléphonie mobile, peut ainsi permettre à un employeur de surveiller les véhicules de son entreprise ou à un assureur de vérifier le comportement routier des souscripteurs de ses polices[2]. Appliqués à la publicité, ces principes, présentés sous le terme « neuromarketing », permettraient d'adresser sélectivement des offres publicitaires couplées à une offre de télé-achat sur les téléphones mobiles des consommateurs en fonction de leurs déplacements et de leurs usages. Par exemple, une publicité pour un film apparaîtrait quand on passe devant un cinéma, couplée à une offre de restauration et à la possibilité de réserver immédiatement[3].

Incidence de l'évolution des formes de distribution de biens culturels

Dans une perspective de prédominance de *l'offre*, la contention des moyens de production et de distribution permet de s'assurer de positions dominantes, qu'elles soient politiques (censure) ou économiques (marché réservé). Cet objectif de marché a pu motiver des rapprochements et des phénomènes d'intégration et de concentration des groupes de médias, alors que les cadres de contention des marchés réservés s'ouvraient[4]. Or, ces phénomènes sont marqués, sur la période considérée, par quelques échecs majeurs, en particulier celui du groupe Vivendi Universal initié par Jean-Marie Messier.

Dans une perspective de prédominance de la *demande*, c'est effectivement la redistribution de cette demande vers les espaces d'offre qui devient déterminante : des portails Internet, issus de sociétés beaucoup plus légères que les grands groupes de communication, se sont imposés sur ce secteur. Cette réussite tient cependant au fait que mentionner cette offre soit gratuit, puisqu'elle est considérée au départ, comme une forme de publicité, par les sites ainsi

---

[1] Dossier de présentation du rapport 2005 de la CNIL, disponible à la Documentation Française : http://www.ladocumentationfrancaise.fr/rapports-publics/064000317/index.shtml .

[2] La géolocalisation des véhicules d'une société est encadrée par la CNIL, voir sa délibération du 2006-66 du 16 mars 2006.

La CNIL a par ailleurs pris position contre l'usage d'une telle surveillance en contrepartie d'une réduction du coût d'une police d'assurance pour des particuliers, jugeant le moyen « disproportionné ».

[3] « La pub s'incruste dans vos neurones » Le Monde du 2 mai 2006, Laurence Girard.

[4] Les ouvertures du marché des biens culturels, aussi relatives soient-elles, n'ont jamais manqué de provoquer des polémiques de ce type, voir par exemple les manifestations de cinéastes qui ont accompagné les accords Blum-Byrnes d'avril 1946 et qui culmineront en janvier 1948.

indexés. La position centrale occupée par les moteurs de recherche leur permet même de faire payer les sites indexés s'ils souhaitent être associés à des mots-clefs privilégiés. Nous avons vu, néanmoins, que des agences de presse ont préféré renoncer à tout type d'indexation, ce qui explique aussi que les portails investissent dans la production d'une offre spécifique, en numérisant des fonds iconographiques, audiovisuels ou littéraires. Il s'agit pour eux d'éviter le risque ou la menace de se retrouver sans offre vers laquelle diriger leurs usagers.

L'hypothèse d'une gratuité totale de l'offre, ou du moins d'un accès généralisé gratuit aux biens culturels, le paiement devenant par exemple forfaitaire, amplifierait donc encore le rôle central de ces moteurs.

Pour éviter ce scénario, les principaux groupes de communication et leurs représentants ont tenté d'utiliser les nouvelles possibilités de contrôle de la demande pour réprimer les usagers qui contournaient les dispositions du droit d'auteur. En France, la jurisprudence a pourtant mis en avant le caractère irrépressible du droit de copie. En effet, ce droit recouvre la cohérence historique qui lie émergence de la notion d'auteur et affirmation de la liberté des individus. L'émancipation politique du *sujet* est le corollaire de son émancipation en tant que lecteur, en tant que consommateur de biens culturels sur lesquels son jugement peut légitimement s'exercer : d'une offre culturelle régie par des cours et des commandes princières ou ecclésiales, nous sommes passés à une offre régie par un marché, donc par le jugement du nombre des acheteurs. Cette qualification du lecteur ou de l'auditeur détermine la qualification du producteur de biens culturels en tant qu'auteur, en tant qu'auteur de biens originaux qui méritent que l'on exerce sur eux un jugement esthétique. Or, l'exercice de ce jugement implique de pouvoir comparer, discuter, donc de pouvoir copier et partager.

En disqualifiant l'usager, dans leurs campagnes judiciaires et dans leur lobbying législatif, les Sociétés d'auteurs se sont peut-être bien disqualifiées elles-mêmes. Leur statut est par ailleurs de plus en plus l'objet de critiques : la Commission européenne a ainsi initié, à leur encontre, une procédure formelle pour « entrave à la concurrence » le 7 février 2006[1], contestant les accords qui lient entre elles les sociétés de gestion de droits collectifs[2].

---

[1] Mémo/06/63 ; Competition : Commission sends Statement of Objections to the International Confederation of Societies of Authors and Composers (CISAC) and its EEA members. http://europa.eu.int/rapid/pressReleasesAction.do?reference=MEMO/06/63&format=HTML&aged=0&language=EN&guiLanguage=fr

[2] « Les Sociétés d'auteurs accusées de monopole » Libération du 8 février 2006, Florent Latrive.

Des amendements à la loi DADVSI, adoptés au Sénat en mai 2006, visent néanmoins à introduire une plus grande transparence dans la gestion des Sociétés de perception et de répartition des droits[1]. En particulier, leurs produits financiers devraient être reversés intégralement aux ayants droit.

Les sénateurs, dans leur ensemble, n'ont cependant cessé de clamer leur soutien sans faille au droit d'auteur, Michel Charasse (PS, auteur de plusieurs amendements) refusant, suivant ses mots de céder à la « dictature des internautes »[2]. Explicitement, il s'agit donc de ne pas rédiger les lois en fonction des usagers, mais au contraire de les contraindre, par la loi, pour qu'ils se conforment à ce que le régulateur et les producteurs attendent d'eux.

D'un déplacement de l'inconnue à une inversion des logiques de rétribution

En effet, la logique d'offre, dont la télévision est l'emblème, renvoie à une inconnue majeure, celle de l'usager : cet auditeur, inconnaissable, est en même temps l'enjeu de toutes les spéculations, tant marketing, politiques que critiques.

Or, la logique de demande préfigurée par Internet correspond à un renversement de cette inconnue : le spectateur devient identifiable, l'intimité et le caractère privé de la consommation disparaissent. Par contre, l'auteur et le producteur, sur-identifiés dans une logique d'offre, tendent, comme les tribunaux ont pu le relever pour mettre en cause leur prétention à régir les usages, à relever d'une inconnue nouvelle : rien ne permet de déterminer l'origine d'un discours sur Internet, on peut seulement remonter la piste de ses multiples ré-énonciations. Les tribunaux ont ainsi relevé qu'il était impossible formellement, pour l'usager, d'établir si un fichier, mis à disposition sur un site de partage pair à pair, était protégé ou relevait du domaine public.

Dans une logique d'offre, un producteur doit, pour réussir à vendre ses produits, parvenir à construire un modèle qui lui permette d'imaginer son public, et qui corresponde à cette demande à laquelle il n'a pas d'accès direct, ou qui, du moins, lui permette de l'anticiper, d'accréditer en tout cas cette capacité vis à vis de ses créanciers et de ses concurrents.

Dans ce cadre, la fonction économique la plus stratégique, c'est la distribution et le marketing : on retrouvera, dans le champ lexical du secteur, un grand nombre de termes

---

[1] Voir notamment les amendements 149 et 211 : http://www.senat.fr/seances/s200605/s20060509/s20060509013.html#R5quater .

[2] Propos rapportés dans « Droit d'auteur : le sénat modifie le texte », site Internet d'information de France 2, 11 mai 2006.

empruntés au domaine militaire renvoyant à cet aspect. Le caractère inconnu du spectateur justifie une telle spécialisation et le développement de ce secteur de coordination particulier, la publicité, impliquant parfois des investissements considérables de la part des producteurs et des inventions lexicales notables.

Le 'discours sur les choses', des professionnels du discours sur les choses, tient bien à des choses dont toute la valeur réside dans le discours dont elles font l'objet, comme n'ont pas manqué de le rappeler Perec et Bourdieu[1].

Corrélativement, le spectateur, cet inconnu, est quasi philosophiquement formalisé en tant que tel, caractérisé par la passivité qu'impliquait la détermination du marché dans la définition de ce processus de communication.

Dans une logique de demande, les émetteurs deviennent les nouveaux inconnus : chaque usager se mue en archéologue du Net dès lors qu'il cherche à retrouver la trace d'un discours, la première occurrence d'un article, l'auteur d'une chanson, l'origine d'un extrait vidéo.

Si la société disciplinaire correspond bien aux logiques de contention dont dispose un État et la société de contrôle aux moyens d'examens dont on peut disposer à partir d'un réseau, la transition entre ces deux modèles peut aussi impliquer la disparition des ressources propres des producteurs de biens culturels.

Le village de Mc Luhan, comme la société de souveraineté de Foucault, correspondent en effet à des modèles où positions d'émission et de réception ne sont pas régies par un marché, mais par des jeux de communauté et d'autorité. Il reste à savoir jusqu'à quel point ces positions seraient réversibles dans un village global.

Le marché des biens culturels offre alors l'occasion inédite de retourner des logiques de domination dont le consommateur demeure, *in fine*, l'enjeu : se définir comme auteur de sa propre demande est peut-être la voie de l'émancipation du spectateur.

[1] Pierre Bourdieu dans *La Distinction* p. 422 joue ainsi avec *Les Choses* de Georges Perec, Julliard, Paris 1965.

La convergence comme imposition de normes industrielles

Par ailleurs, remarquons que cette logique de remplacement des monopoles de production par une libre-concurrence, entraînant l'émergence d'un marché spécifique de la coordination au nom de la primauté de la demande[1], n'est pas seulement la conséquence des évolutions techniques : télévision, téléphonie, transports, énergie sont aussi les objets des recommandations anti-monopoles successives de l'Europe. L'objectif de cette politique est de faire baisser les coûts de production grâce à l'ouverture à la concurrence, ce qui entraîne corrélativement une inflation des coûts de coordination : par exemple, trouver des horaires de trains peut s'avérer compliqué pour l'usager s'ils relèvent tous de sociétés différentes, à moins de disposer d'un moteur de recherche adéquat.

Cette logique aboutit néanmoins au développement de monopoles sectoriels, essentiellement pour des raisons de standardisation et d'interopérabilité. Une entreprise peut atteindre rapidement une position quasi monopolistique sans forcément disposer d'appareils industriels propres ni de capitaux de départs importants, comme l'ont montré Microsoft ou Google.

Standards et monopoles

Les industries culturelles se sont développées sur la base de standards interopérables, très rapidement fixés et stables, comme le film 35 mm perforé pour le cinéma. L'établissement de ces standards ne s'est pas fait sans luttes, ni sans procédures juridiques, ni guerre de brevets, ni compétition industrielle : Edison a tenté de contrer le développement de Méliès aux États-Unis sur la base des brevets qu'il détenait sur les supports film. Or, c'est plutôt la difficulté à faire valoir ses droits sur les copies qui limitera son extension. On retrouve des querelles de standards intenses au moment du développement du cinéma parlant, puis à la fin des années 1970 et au début des années 1980 avec la concurrence entre plusieurs formats d'enregistrement vidéo. La France a par ailleurs montré, par exemple dans le cas du procédé de télévision couleur Secam[2] puis dans celui de transmission satellitaire D2mac packet[3], la force et la limite de l'implication de l'État dans la fixation des standards de diffusion de contenus.

---

[1] Voir par exemple la fin du '12' pour les renseignements téléphoniques. Ce numéro n'existe plus depuis le 2 avril 2006, remplacé par une vingtaine de numéros débutants par 118 exploités par différents opérateurs avec des tarifications différentes, allant de la gratuité dans certaines conditions à la taxation à la durée ou au service.

[2] Acronyme de *séquentiel couleur à mémoire* : procédé de télédiffusion couleur utilisé en France depuis 1967.

[3] Norme de compression séquentielle duobinaire demi-débit des données multiplexées par paquet développée en France par le CCETT (TDF / France Télécom) en 1985 destinée alors à succéder au Secam avant d'être supplantée par le standard international MPEG à partir de 1993.

L'enjeu des droits numériques est donc, à ces titres, multiple : pour permettre de maintenir le financement des industries culturelles et leur structure oligopolistique, ils risquent de renforcer la position monopolistique des sociétés contrôlant les standards et les technologies clefs. Il y a, en cela, une contradiction dans le discours gouvernemental entre la promotion de standards ouverts et de logiciels libres et le renforcement de l'arsenal répressif à l'encontre des plates-formes d'échange.

L'articulation d'une position de monopole technique sur les supports avec une position dominante sur les contenus semble néanmoins la voie de développement la plus cohérente pour les groupes ayant associé les notions de convergence et des stratégies de filières, comme Sony. On avait pu parler d'une certaine schizophrénie dans la constitution d'un groupe dont les bénéfices industriels impliquent de vendre un maximum d'appareils domestiques permettant de lire et de produire des copies alors que ses bénéfices sur les contenus impliquent de contrôler et limiter ces copies.

Les fabricants d'appareils multimédias, lecteurs de disques, magnétoscopes, enregistreurs, graveurs, ordinateurs, télévisions, profitent en effet directement du développement de l'offre. Le développement des programmes télévisés s'est ainsi fait en France, officiellement, pour soutenir l'industrie des téléviseurs[1]. L'attrait des appareils multimédias réside de la même manière en grande partie dans l'offre gratuite que les consommateurs peuvent mettre à disposition les uns des autres en reproduisant des enregistrements avec ces matériels. Le marché du disque a pu cependant continuer à se développer malgré le magnétophone à cassette : le marché de la reproduction domestique soutenait celui de la reproduction industrielle. Il y a sans doute une certaine nostalgie, chez les industriels, des dispositifs techniques qui ne permettaient que la diffusion et pas l'enregistrement, de la même façon que le disque à galette plastique avait pu remplacer le rouleau ou la galette de cire.

Peut-être faudrait-il au contraire assumer le fait de financer une production culturelle au nom des profits industriels qu'elle génère, par le biais de l'achat de matériels, pour avoir accès à cette production, comme les téléviseurs dans le cas de la télévision à ses débuts ? Mais une telle perspective n'est vraisemblable que dans le cadre de marchés intérieurs fermés où espaces de production industrielle et culturelle se recoupent, ce qui n'est évidemment plus le cas dans l'hypothèse d'une société « mondialisée »[2].

---

[1] Cf. Chantal Duchet, *Télévision, regards croisés* ouvrage cité.

[2] Nous utilisons ce terme au sens de Braudel, par opposition à un marché national fermé.

Il est possible que des normes de protection des supports dématérialisés s'imposent et structurent un marché, comme s'étaient imposés le 33 tours ou le Compact disc, permettant le développement d'une industrie de contenu indépendante. Le contexte semble néanmoins très différent.

Les DRM bénéficient assurément d'un tel soutien officiel dans la mesure où ils peuvent sembler permettre de concilier intérêt des producteurs de contenus et intérêt des fabricants de matériels audiovisuels. Ils ne répondent pourtant en rien aux changements de logiques d'usages qui font que les dépenses culturelles des consommateurs ne remontent plus au producteur mais s'investissent dans d'autres pratiques et surtout, rétribuent d'autres intermédiaires.

Mots-clefs et appels d'offres

Ces interrogations industrielles et politiques se retrouvent dans les différents appels d'offres et annonces de partenariats entre institutions publiques et centres de recherches privés que nous avons évoqués, comme la constitution d'une bibliothèque numérique ou d'un portail européen.

Les mots-clefs des appels à projet soutenus par les agences gouvernementales chargées du financement de l'innovation (ANR, RIAM, ANVAR) sont à ce titre particulièrement illustratifs.

En examinant les appels relatifs à l'audiovisuel et au multimédia du Riam[1], on peut retenir les termes récurrents suivants comme autant d'*items* particulièrement significatifs de la nécessité pour l'administration de disposer de repères en terme de normalisation des usages. Ces appels visent ainsi à promouvoir des projets portant sur les questions suivantes[2] :

- Acceptation sociale des mécanismes
  - De sécurité (terme générique) / de sécurisation (transferts de données)
  - De contrôle / de traçabilité des fichiers et des usagers
- Interopérabilité (compatibilité entre standards, avec les difficultés légales et industrielles que cela implique)

[1] Réseau d'innovation audiovisuel et multimédia créé en 2001.

[2] Appels du Riam et de l'Anr 2005 et 2006. Nous retenons en particulier les points soulignés lors de la réunion Projets audiovisuels et multimédia Riam / Anr / Cnc du 23 mars 2006 au Ministère de la recherche, Paris.

- Interactivité
- Auto-production (forme d'interactivité permettant à l'usager de modifier les contenus ou les flux audiovisuels qui lui parviennent, par exemple en dirigeant une caméra depuis sa télécommande, voire en recomposant *a posteriori* un programme à partir de logiciels d'édition multimédia)
- Dé-linéarisation (terme générique pour la diffusion audiovisuelle à la demande et non plus sous forme de flux)
- Mobilité (réception audiovisuelle sur des téléphones mobiles)
- *Serious Game* (euphémisme pour outils de surveillance vidéo et applications à la sécurité des techniques issues des modélisations virtuelles)[1]

Or, en visant ainsi à lever des « verrous » sociaux ou techniques qui limiteraient la Convergence, ces agences répondent en fait, certainement avant tout, à une angoisse administrative[2], celle de l'adaptation de l'État à une nouvelle situation de diffusion et d'échange des représentations et des biens face à laquelle ses propres structures peuvent apparaître caduques et donc illégitimes. Ces questions sont à rapprocher de la notion administrative et militaire de « doctrine », c'est à dire de la constitution d'un corps de réponses formellement cohérentes à un problème donné devant être appliquées à tous les niveaux de l'État.

Les moyens financiers des agences concernées sont en effet assez faibles, voire dérisoires par rapport aux enjeux : le CNC apporte moins de 3 millions d'euros, en 2005 et en 2006, dans les subventions distribuées par le Riam (de l'ordre de 15 millions d'euros par ans[3]) pour son principal appel d'offre « projets multimédias et audiovisuels ». Il s'agit donc nettement de

[1] Ces aspects correspondent aux questions de contrôle et de surveillance que nous avons évoquées. Voir le *Livre blanc du Gouvernement sur la sécurité intérieure face au terrorisme* dont la rédaction a débuté lors d'une réunion ministérielle présidée par le Premier ministre Jean-Pierre Raffarin le 3 mai 2005, commission de pilotage du Livre blanc présidée par le ministre de l'Intérieur, le secrétaire général de la Défense nationale en étant le rapporteur général. Document validé lors de la réunion ministérielle du 7 mars 2006 tenue par le Premier ministre Dominique de Villepin. Secrétariat Général de la Défense Nationale, La Documentation Française, Paris 2006.

[2] Pour reprendre la terminologie du RIAM, il s'agit de « ne pas faire du à-façon trop *ad-hoc* » (sic).

[3] 41 millions d'euros en additionnant les appels 2001 et 2003, soit un peu plus de 70 millions d'euros de 2001 à 2006. Source Ministère de la recherche.

questions sémantiques et non techniques, l'impact de telles subventions ne pouvant qu'être marginal d'un point de vue industriel[1].

Les incohérences entre la loi sur le droit d'auteur et l'engagement de l'État dans les *logiciels libres* illustrent parfaitement ce problème : le RNTL[2] finance des projets privés qui doivent *moralement*[3] en contrepartie publier leurs codes sources sous des licences libres de droits pour justifier de l'effort public. Or, cet investissement de la communauté nationale peut parfaitement contribuer au développement de concurrents étrangers qui utiliseront légalement ces moteurs logiciels pour leurs propres produits. L'investissement public dans les licences ouvertes n'aurait donc en tant que tel d'intérêt que pour permettre l'établissement de micro-entreprises, n'ayant pas encore les moyens d'investir dans des technologies plus performantes mais très coûteuses détenues par des sociétés américaines.

Le schéma de communication suivant nous permettra d'envisager ces questions économiques et administratives à partir d'un schéma de communication canonique, de façon à préciser les procédures et surtout les changements de logiques qui seraient à prendre en compte.

[1] Les stratégies financières des PME concernées par ces développements impliquent de multiplier les recherches de soutiens.

[2] Réseau national de recherche et d'innovation en technologie logicielle, lancé en 2000.

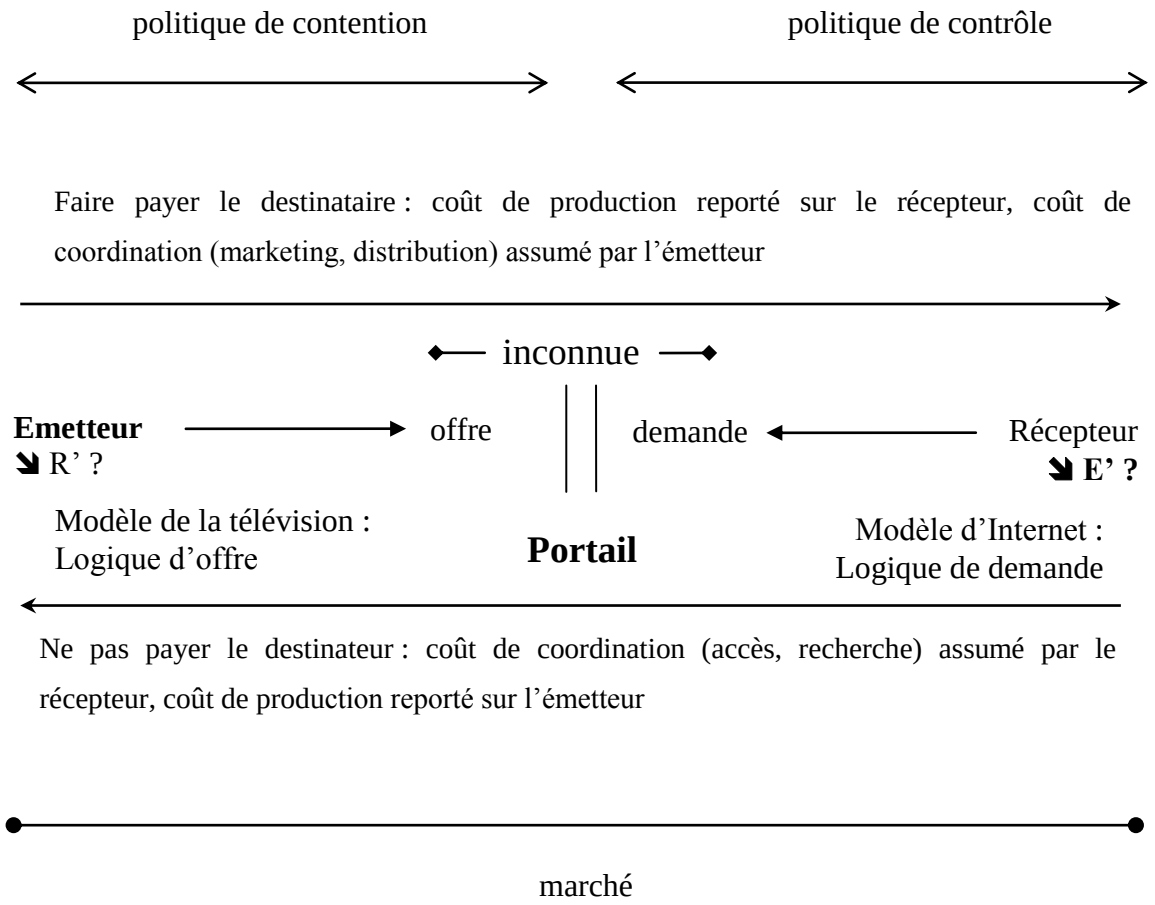
[3] C'est à dire que ce critère est implicitement évoqué dans les conditions d'attribution ou de renouvellement des aides sans être forcément matérialisé au niveau contractuel.

Logiques d'offre et de demande :

Vers une inversion des logiques de rétribution du marché des biens culturels

Les aspects politiques apparaissent en terme de contention ou de contrôle, les aspects économiques en terme de marché, les aspects symboliques, en terme d'économie politique du signe, correspondent à l'inconnue et aux images réciproques de l'émetteur et du récepteur renvoyant à l'usage.

Les aspects marketing apparaissent en terme de passage offre/demande, l'objet de la publicité étant de réduire cette inconnue, ou du moins d'en convaincre les annonceurs.



Des réseaux d'offre aux pyramides de demande

Nous empruntons ces termes, en les ré-inversant, aux notions de pyramides de pouvoir et de réseaux de savoirs, souvent mis en avant notamment dans les rapports parlementaires[1]. Ces termes entérinent, en particulier, l'idée d'un parallélisme entre structures d'offre et structures de pouvoir qui a certainement très fortement déterminé la conception théorique de la télévision.

Le modèle de la piqûre hypodermique de Lasswell[2], en établissant une relation *immédiate et directe* entre un comportement et l'exposition à un message véhiculé par un média, avalise ainsi le principe d'un contrôle politique de l'offre. Les médias doivent, suivant cette acception, contribuer à produire un consensus social par rapport aux décisions prises par les dirigeants, en permettant aux téléspectateurs de disposer d'une connaissance équivalente à celle des décideurs. Cette connaissance « équivalente » doit leur permettre d'arriver aux mêmes conclusions que leurs dirigeants, bien qu'ils ne puissent disposer du même niveau d'expertise ni de toutes les sources gouvernementales, trop sensibles pour être divulguées.

Il semble que le gouvernement américain ait largement suivi cette conception des médias[3] au moment de l'invasion de l'Irak en mars 2003, en défendant l'hypothèse suivant laquelle le régime irakien disposait d'armes de « destruction massive » ; 70% des américains auraient jugé l'intervention justifiée, suivant les sondages publiés à ce moment, contre moins de 30% en 2006[4].

Cette approche présuppose un énonciataire et énonciateur distincts et identifiés, avec des intentions précises, dans une situation de communication point à point. Ce modèle permet ainsi de ramener le fonctionnement des médias à un schéma textuel du sens commun, avec une relation directe de cause à effet.

---

[1] Voir Des pyramides du pouvoir aux réseaux de savoirs tome I / tome II. Rapport d'information 331 (1997 - 1998). Commission des Finances, René Trégouët, Sénat.

[2] Harold D. Lasswell « Structure et fonction de la communication dans la société » (1948) repris dans Francis Balle et Jean Padioleau *Sociologie de l'information, textes fondamentaux* Larousse, Paris 1973, et dans Daniel Bougnoux *Sciences de l'information et de la communication, textes essentiels* Larousse, Paris 1993 de Lyman Bryson *The Communication of ideas* Harper, New-York 1948.

[3] Ce rapport particulier entre pouvoir et média est même à la base de la définition usuelle des médias. Voir par exemple Rémy Rieffel *Que sont les médias* Folio, Gallimard, Paris 2005.

[4] « Irak : comparaisons statistiques entre l'invasion statistique et aujourd'hui » AP Londres 17 mars 2006, dépêche reprise sur Yahoo Actualités.

Les situations énonciatives à la télévision, nous l'avons souligné, sont pourtant beaucoup plus complexes ; le récepteur dispose, en définitive, du pouvoir final. L'offre, néanmoins, est qualifiée par l'émetteur qui peut chercher à produire des effets, et cherchera vraisemblablement à éviter les mésinterprétations, en usant au mieux des codes télévisuels.

Dans le cas d'Internet, les contenus sont en grande partie qualifiés par les récepteurs eux-mêmes ou par d'autres internautes, suivant une chaîne de réénonciation « cumulative » absolument opaque, à moins de conserver un historique exact des différentes contributions, ce qui n'est guère possible que pour l'écriture d'un article ou d'un logiciel. Les descripteurs des fichiers *mp3*, qui circulent sur des plates-formes de téléchargement, peuvent ainsi être modifiés par les « téléchargeurs » successifs. Une stratégie pour éviter le piratage d'une œuvre consiste, précisément, à utiliser cet aspect du réseau en diffusant des versions corrompues de l'œuvre que l'on souhaite protéger. Les usagers la téléchargeront en vain. On peut également multiplier les occurrences d'un téléchargement ou les visites d'un site, en utilisant des descripteurs mensongers. Les *hoax*, les virus, les stratégies de communication virales, les messages transférés, vrais ou faux, relèvent de cette même logique. Les visites des internautes eux-mêmes et les citations des sites déterminent leur hiérarchie dans le moteur de recherche Google.

La demande ne fonctionne donc pas tellement en réseau, mais plutôt sur des logiques accumulatives, pyramidales en somme : il y aura un très grand nombre de demandes rares formant la base de la pyramide et un très petit nombre de demandes récurrentes en formant le sommet. Cacher une information, ou censurer une image ou une image interstitielle, dans les médias d'offre, entraîne corrélativement une multiplication des demandes pour accéder à cet *item*, comme on a pu le voir dans le cas du sein de Janet Jackson.

L'offre, en tant que telle, relève donc plutôt d'un réseau, un *item* pouvant, suivant les moments et les lieux, se trouver plutôt sur telle branche du réseau, sur tel média, dans tel journal, sur tel canal, dans le cas de la rotation en boucle des programmes achetés sur catalogue.

Les réseaux de pouvoir n'apparaissent, comme sommet d'une pyramide, que dans la croyance en leurs effets.

Changements de paradigmes

On peut donc, sans doute, voir effectivement ces changements de logiques comme des changements de paradigmes : les paradigmes disciplinaires correspondent bien à la logique de contention de l'offre.

Les paradigmes immanentistes peuvent renvoyer à des postures ou à des situations historiques où la spécialisation moindre des tâches pourrait laisser le sentiment d'une certaine commutativité entre producteurs et récepteurs. Si cette vision est compatible avec le postulat d'un « village » tribal égalitaire, au sens de Mc Luhan, cette vision est à nuancer fortement dans le cas de sociétés très hiérarchisées où l'acceptation de la position sociale implique la croyance en la légitimité ontologique du système : l'égalité dans la situation de communication n'implique pas forcément l'égalitarisme social. Cette notion de partage de croyance correspond alors bien à la définition d'un schéma de communication où espaces de production et de réception se recoupent parfaitement, ayant en commun un référent interprétatif global, par exemple une religion.

Dans le cas d'Internet, l'espace du destinataire devient prépondérant, l'émetteur[1], produit d'une construction relative dans le cadre du champ de recherche défini par le récepteur en fonction de ses propres besoins, devenant inconnaissable.

Ces trois cas de figures correspondraient donc essentiellement à des postures de communication, déterminant l'importance des espaces de production et de réception afférents :

1. Émetteur = Récepteur : le « village », logiques de commutativité
2. Émetteur > Récepteur : la société d'autorité, logiques d'offre
3. Émetteur < Récepteur : la « société en réseau », logiques de demande

Ces rapports de 'subordination' ou de 'supériorité', dans le processus de communication et dans les marchés d'échange afférents, ont pour corollaire des paradoxes qui s'expliquent par la plus grande exposition du « partenaire » dominant dans l'échange, suivant les déplacements de 'l'inconnue' que nous venons d'évoquer.

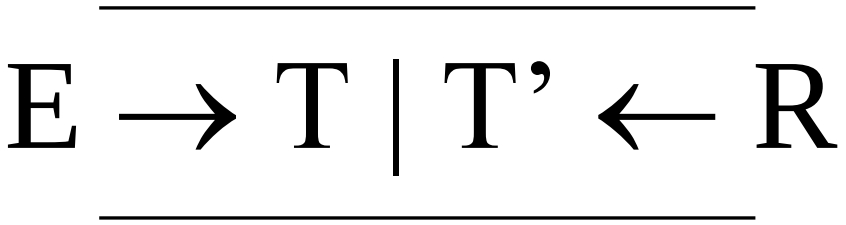
[1] Nous nous permettons d'employer les termes d'émetteur ou d'énonciateur comme des quasi-synonymes : nous utilisons préférentiellement les termes émetteur / récepteur quand nous référons à la situation de communication théorique, et le vocabulaire de l'énonciation quand nous référons à une situation de locution pratique impliquant des énonciateurs / énonciataires conscients l'un de l'autre.

Ainsi, la plus grande difficulté de qualification et d'identification des émetteurs dans une logique de demande oblige le récepteur à multiplier ses recherches et à croiser des sources différentes pour établir la crédibilité d'un énoncé, puisqu'il ne peut plus se fier à des effets d'autorité. Les effets d'autorité peuvent, bien entendu, s'avérer mensongers, n'être que des *effets*, mais ils garantissent néanmoins la valeur d'un énoncé dans un marché donné, qu'il s'agisse de l'œuvre d'un artiste ou de la citation d'un auteur savant.

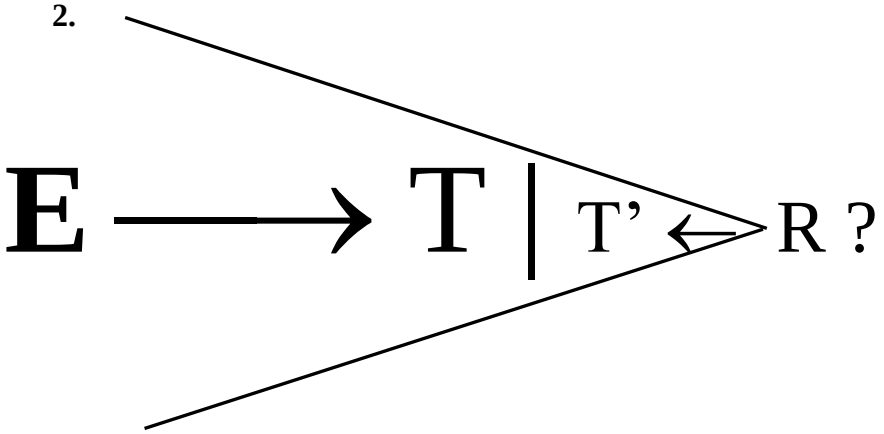
Par contre, le producteur d'un énoncé dispose, dans cette situation, d'un ensemble d'informations considérables sur ceux qui accèdent à ces énoncés et qui, éventuellement, les réutilisent. Il peut accéder aux statistiques de son site Internet, disposer d'un ensemble considérable de données sur les utilisateurs, ce qui pose des problèmes politiques et des problèmes de légalité, quant au recueil, au croisement et à l'usage des données que nous avons signalés. Ce contrôle s'exerce également sur les contenus audiovisuels, qu'ils soient diffusés par ADSL, sur des mobiles ou suivant n'importe quelle forme de diffusion à la demande.

Nous pouvons donc figurer ces effets de supériorité comme autant de questions d'exposition publique, de visibilité et de recouvrement des espaces de production et de réception :

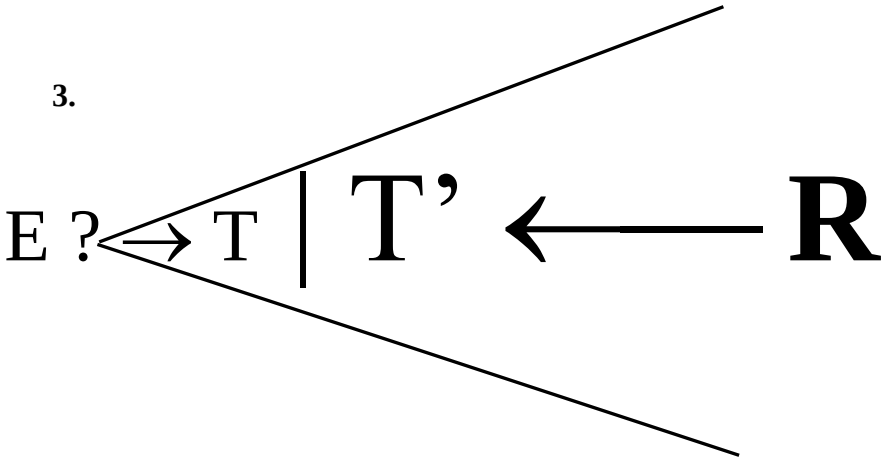
1.



2.



3.



On voit que le premier cas correspond à des situations d’égalité de contrôle où la légitimité de l’émetteur et du récepteur impliquent qu’ils se soumettent à la même norme : on peut analyser, de cette manière, la mise en cause de ceux qui ont diffusé les caricatures de Mahomet comme un effet communicationnel, qui n’est pas spécifiquement lié à la religion en tant que telle, mais simplement en tant que référent normatif. Des gouvernants ou des leaders sociaux (voir les polémiques entre les différentes instances de représentation musulmanes) perdent toute légitimité s’ils n’abondent pas dans le sens de la norme en utilisant leur position pour empêcher la circulation d’énoncés qui dérogent. Il est donc vraisemblable que les effets de type « two step flow », ainsi que les effets d’auto-renforcement normatifs, interviennent de façon d’autant plus puissante que les groupes sociaux considérés sont régis par l’adhésion à un référent commun. La légitimation des communautarismes va précisément dans ce sens.

Le deuxième cas de figure correspond à une société d’ordre « secondaire », avec surqualification des émetteurs, mais plus grande liberté des récepteurs. Les stratégies de pouvoir renvoient au contrôle de l’offre.

Dans notre troisième cas, c’est l’intention du récepteur qui détermine la qualification d’un énoncé et l’identification de l’émetteur. Des stratégies de manipulation peuvent alors consister à jouer des routines d’usage et de la connaissance de la demande, permises par les moyens de contrôle électroniques pour cibler des messages, voire pour falsifier des sources. Une escroquerie bancaire courante consiste ainsi à rediriger les usagers d’un site bancaire vers un site frauduleux, qui en imite l’aspect, pour obtenir leurs données de compte. Les principes publicitaires de Google, en permettant l’affichage de publicités ciblées en fonction de la recherche, ne sont pas très éloignés non plus de ces principes.

L'émetteur disparaît donc derrière les énoncés qui peuvent eux-même être produits automatiquement en fonction de la demande, comme c'est déjà le cas, en partie, pour les compilations d'information, produites en fonction de choix d'intérêts exprimés initialement par l'usager. L'auteur est donc réduit à un collectif, ou à une machine, ou à une suite de réénonciations non identifiées. L'absence de recherche d'une autorité ou de l'origine des sources dans les usages, si elle devient avérée (des enseignants ont déjà remarqué que, malgré leurs consignes, cet usage était courant dans les travaux d'étudiants) modifiera sans doute la hiérarchie des modes de lecture[1] dominants.

Yves Michaud voit également là une mutation de l'art qui viendrait clore un cycle marqué par la prédominance du regard de l'artiste sur les objets, dont les *ready-made* de Duchamp seraient les prototypes[2].

Les modes de lecture artistiques sont des modes autoriaux et disciplinaires, puisqu'ils consistent à *lire une œuvre comme la production d'un auteur*, ce qui implique donc de disposer du capital culturel disciplinaire qui permet cette identification, cette capacité étant, en elle-même, un important critère de qualification scolaire, universitaire et sociale. Nous pourrions reprendre ainsi les critères des hiérarchies culturelles[3], en fonction des types de lectures auxquels ils renvoient : les lectures d'une œuvre, comme un spectacle, comme une fiction ou simplement « pour vibrer », sont certainement moins *classantes* socialement que l'identification d'un auteur. L'apprentissage scolaire et universitaire du cinéma et de la télévision consiste, précisément, à amener les enseignés à reconnaître des auteurs dans des programmes dont l'usage initial était simplement récréatif.

L'usage de la fiction est sans doute le plus complexe : déclarer que l'on vibre et que l'on entre dans l'histoire devant un film de Bresson sur un petit écran de télévision, ne renvoie pas aux mêmes prétentions que la même affirmation par rapport à un film de Spielberg, vu sur un écran géant de multiplexe ou un écran plasma à haute définition. Le caractère « magnifiant » des hautes technologies de reproduction des images est donc là aussi à relativiser : le grand écran au milieu du salon signifie certainement une forme d'arrivisme plutôt déclassante

---

[1] Nous entendons toujours les modes de lecture au sens et suivant les cas théorisés par Roger Odin.

[2] « L'Art en mutation » Le Monde du 21 mai 2006, entretien avec Emmanuel De Roux. Voir *L'Art à l'état gazeux, essai sur le triomphe de l'esthétique*, Hachette, Paris 2004.

[3] Nous entendons toujours les échelles culturelles suivant le schéma présenté page 96.

culturellement[1] (ce qui peut être aussi une visée, nous reprendrons ce point) ; on peut comprendre ainsi les polémiques autour de l'équipement audiovisuel des ministres[2].

On peut donc se demander si la primauté de la réception ne va pas entraîner la systématisation de lectures esthétiques plutôt qu'artistiques, s'intéresser à l'énoncé devenant plus important que le fait d'en identifier le producteur, comme une nouvelle forme d'immanentisme dont les conséquences épistémologiques sont encore incertaines[3].

La régulation comme imposition de normes sociales

Les problèmes d'acceptabilité des nouveaux usages, aussi bien que les problèmes d'acceptabilité des nouvelles lois ou des dispositifs anti-copie intégrés aux supports numériques, peuvent donc être vus comme une crise de recouvrement des marchés d'offre et de demande, au sens où ils ne seraient plus réglés par une institution *légitime*. Le légitime renvoie, dans ce cas, à la reconnaissance, par les acteurs d'un espace d'échanges économiques délimité, de leurs positions réciproques et des discours qui les justifient. Le système peut d'autant se proroger que cette reconnaissance devient conscience d'une compétence particulière, partagée par les acteurs dominants.

Le schéma précédent permet ainsi de caractériser la crise du marché des biens culturels comme une autonomisation des espaces et des instances qui le composent : producteurs et usagers cessent de s'entendre sur la définition de la création de la valeur, ce que l'on retrouve dans les polémiques sur la notion de « gratuité ».

Espaces d'usage, de production et de régulation en viendraient à fonctionner sur des normes différentes. L'enjeu artistique, en tant que dimension subversive de l'acte de création, dépend alors de l'autonomie dont les émetteurs individualisés peuvent disposer par rapport aux normes des instances de régulation et par rapport à celles des récepteurs, autonomie qui leur permet de mettre en cause ces normes.

---

[1] Il est fait ainsi référence dans la publication citée *infra* au goût d'un ministre pour les voitures spéciales (il s'agit d'une Peugeot) : « Quand Sarko prend la navette fluviale pour se rendre de Bercy à l'Assemblée, il veut que son petit bolide soit là à l'attendre, comme c'est l'usage, à la Concorde. C'est "Taxi 4" ».

[2] Voir en particulier la polémique visant l'achat sur fonds publics d'écrans plasma pour l'équipement des appartements du Ministre de l'économie, Nicolas Sarkozy, en mai 2004, à la suite d'un article du Canard Enchaîné du 5 mai 2004 « Les Sarkozy débarquent en fanfare à Bercy ».

[3] On peut également se demander si les approches cognitivistes ne contribuent pas à naturaliser cet immanentisme en jouant de la mise en cause des catégories évidentes de perception culturelle comme un simple effet rhétorique.

On peut préciser l'aspect institutionnel de cette crise, en suivant les termes que proposait Pierre Bourdieu pour analyser celle de l'enseignement que recouvrirait la question « comment enseigner l'oralité »[1]. Il distinguait la langue et la motivation de l'enseignant (l'émetteur suivant notre schéma), les logiques de l'institution d'encadrement et de contrôle proprement dite (l'administration de l'Éducation nationale) et les enjeux et le langage des élèves (les récepteurs), comme groupe de pairs plus ou moins constitué : la dimension de groupe sera d'autant plus effective que les élèves viendront de milieux sociaux homogènes.

Suivant les situations socio-géographiques, l'attitude des élèves recoupera ou s'opposera à la norme de l'enseignant. La reconnaissance du rôle de l'enseignant, par les parents et les institutions politiques, renforce sa légitimité. On peut ainsi lire le récit idéalisé de l'enseignement, tel qu'on a pu le retrouver dans les discours ou les productions audiovisuelles présentant un âge d'or où l'État investissait un instituteur (au sens narratif de « destination ») de la mission d'enseignement vis à vis d'enfants, malgré leur nature rebelle, avec le soutien des parents qui seraient alors les destinataires narratifs : la finalité d'un récit de ce type, c'est que les parents soient fiers de leurs enfants.

L'expression du regret, que l'on a pu observer d'une période où l'offre de qualité des industries culturelles, malgré la préférence des usagers pour des produits plus « faciles », parvenait à s'imposer dans un marché régulé par l'État, suit sans doute largement cette trame. Effectivement, les sociétés d'auteurs semblent de moins en moins fières de leurs lecteurs et auditeurs. L'autorité, qui dit comment consommer et qui doit faire croire à l'existence des créateurs, ne fonctionne plus : *elle ne produit plus son effet principal qui est de* faire croire, *de faire respecter, de faire admettre – de se faire admettre même si on ne la comprend pas*[2].

Si les producteurs et les sociétés d'auteurs ont ainsi, systématiquement, mis en avant les créateurs dans la campagne en faveur de la nouvelle loi sur les droits d'auteur, ce n'est peut-être pas seulement par démagogie, mais bien pour tenter de rejouer la « liturgie » de l'auteur qui les légitime, alors que la cérémonie n'avait déjà plus de sens, la création ayant perdu son mystère. La figuration du créateur passe maintenant par des *making-off*, qui ne sont pas loin d'être des *how to do*, avec une disjonction de plus en plus marquée entre compétence

[1] « Ce Que Parler veut dire » intervention au Congrès de l'AFEF, Limoges, 30 octobre 1977, parue dans *Le français aujourd'hui*, 41, mars 1978, pp. 4-20 et Supplément au n° 41, pp. 51-57. Repris dans *Questions de sociologie*, Les éditions de Minuit, 1980, pp 95-112. Texte largement repris sur Internet, en particulier par rapport à des questions d'enseignement. Voir également les aspects développés dans l'ouvrage éponyme de Pierre Bourdieu quant aux notions de norme linguistique, de marché et de légitimité.

[2] Bourdieu, intervention citée.

technique et culturelle de création et possibilité sociale d'être reconnu et rémunéré comme créateur, ce qui induit également une nouvelle littérature et de nouveaux axes imaginaires : du créateur romantique prédestiné, parvenant à construire son œuvre malgré l'adversité économique, on serait peut-être passé au créateur « par hasard », profitant de relations pour imposer sa compétence et son autonomie[1]. La littérature sur le « comment faire » n'est pas nouvelle en tant que telle, mais l'intégration du « comment faire » au produit, dans le cas des *DVD,* et l'identité croissante entre moyen de fabrication et moyen de visualisation, dans le cas d'un ordinateur, est une donnée aux conséquences importantes : le succès des *making-off* tient sans doute aussi à cette nouvelle proximité entre auditeur et créateur. La technique cesse de 'médiatiser' (au sens de technique médiatrice) les mêmes différences sociales.

La liturgie de la création a peut-être bien réussi sa sécularisation, et ce, malgré les officiants.

Suivons l'analyse de Bourdieu, en la prenant comme image du champ des industries culturelles :

> *Pour que le discours professoral ordinaire, énoncé et reçu comme allant de soi, fonctionne, il faut un rapport autorité-croyance, un rapport entre un émetteur autorisé et un récepteur prêt à recevoir ce qui est dit, à croire que ce qui est dit mérite d'être dit. Il faut qu'un récepteur prêt à recevoir soit produit, et ce n'est pas la situation pédagogique qui le produit*[2].

Ce type de marché implique de pouvoir exclure « ceux qui ne doivent pas être là », ceux qui n'auraient pas incorporé la norme. La préconisation du traitement judiciaire des délinquants culturels peut être vue en ce sens. L'émetteur n'existe de fait, en tant que tel, que dans la mesure où ce pouvoir d'élimination lui est conféré : la sur-affirmation d'une volonté répressive peut, sans doute, s'analyser de ce point de vue.

Gouvernement et producteurs tiennent malgré tout un langage qui se veut légitime, le langage de ceux qui tiennent le discours d'une institution devenue caduque :

> *C'est-à-dire un langage répondant aux critères habituels de grammaticalité, et un langage qui dit constamment, en plus de ce qu'il dit, qu'il le dit bien. Et par là, laisse croire que ce qu'il dit est vrai : ce qui est une des façons fondamentales de faire passer*

---

[1] Aspects économiques et question d'image des créateurs développés avec les étudiants de deug 2, Ufr Cinéma Audiovisuel Paris III, à l'occasion de l'analyse économique de films et du matériau disponible auquel se référaient les étudiants, en particulier celui contenu sur les DVD ; travaux dirigés d'histoire économique et sociale des industries culturelles, 2001-2005.

[2] Bourdieu, intervention citée.

> *le faux à la place du vrai. Parmi les effets politiques du langage dominant il y a celui-ci : « Il le dit bien, donc cela a des chances d'être vrai ».*

Les hommes politiques jouent systématiquement, à la fois, de l'affichage de capacités linguistiques sur-normatives et de leur capacité de relâchement, donc d'être encore plus près des fonctions phatiques tout en utilisant la conscience éventuelle d'une exclusion du langage légitime de la part des récepteurs : le « dire tout haut », le « parler vrai », etc. Il le dit mal, donc ça a des chances d'être vrai, suivant un double jeu d'hyper et d'hypo-correction dont la « racaille » de Nicolas Sarkozy fut un des aspects.

Dans le cas des lois relatives aux industries culturelles, les cadres parlementaires imposeraient alors non seulement « un langage, mais un rapport au langage qui est solidaire d'un rapport aux choses, un rapport aux êtres, un rapport au monde complètement déréalisé »[1].

Du signe au politique

Des matrices de production de parole télévisuelles à l'encadrement de l'espace privé et à la réglementation d'Internet, la principale question demeure celle de la nature des cadres de production des discours de pouvoir, comme on a pu le voir, en particulier, dans les effets sociaux d'actions et de rétroactions de la fin de l'année 2005.

Ainsi, la question de la transitivité des discours se pose, non seulement au niveau télévisuel, mais au niveau politique, dès lors que le politique emprunte les codes de la télévision, pour dénoncer, précisément, une trop grande *transitivité* des nouveaux médias. Ce qui définit le pouvoir, c'est l'impossibilité d'y répondre. La volonté législative, de marquer une plus grande emprise des institutions publiques sur l'espace privé, serait donc aussi une sorte de réponse de l'État et des principaux acteurs économiques et institutionnels, face aux nouvelles possibilités des citoyens.

En effet, la Convergence introduit des équivalences média / moyen de communication qui autorisent ces réponses, la possibilité de ces réponses correspondant expressément à la réalisation d'un certain idéal démocratique : intégrer la transitivité, rationnelle si possible, dans l'exercice du pouvoir. Cette transitivité, qui impliquait des structures lourdes dans le système de l'écrit (cours d'appel, juridictions administratives), peut techniquement se jouer, dans une large mesure, directement aux niveaux économiques, culturels et législatifs, à la

---

[1] *Ibidem*.

faveur de l'extension et de la dématérialisation des moyens de diffusion des débats législatifs et des contenus culturels. La facilité d'accès aux débats législatifs, qu'offre Internet par rapport à l'étude des minutes parlementaires à la bibliothèque du Sénat, en est un exemple.

Cette nouvelle transitivité a choqué d'abord dans les milieux et les institutions où elle était contenue, par définition, comme dans le cas des *blogs* lycéens[1]. On ne peut évidemment pas réduire toutes les intentions politiques à de simples effets énonciatifs, les idéologies sont sans doute encore très prégnantes. La violence elle-même est, évidemment, aussi le fait de données sociales structurelles. Il demeure que la télévision favorise des effets de *posture*, et que l'exercice du pouvoir politique, en se réduisant à des effets de figuration, ne favorise pas forcément les valeurs de dialogue rationnel qui devraient être l'objet de la démocratie.

Le même enjeu se trouve au niveau économique : l'usager des téléchargements peut avec facilité voler des biens immatériels ; mais, qu'est-ce que voler un bien immatériel ? D'autant que cette pratique s'intègre dans des usages de détournement peu éloignés des processus de création artistique : seul l'espace institutionnel change. Mais si la loi n'a pour fonction que de protéger des institutions, quelle légitimité a-t-elle ?

Les questions d'identité des marques et les questions de droit d'auteur se rejoignent donc : en s'associant aux majors de l'édition musicale dans leur volonté de répression, les sociétés d'auteurs ne sont pas loin de nier leur propre objet en s'associant à des régressions juridiques qui nous ramènent peut-être à un état antérieur à « l'invention » même du marché du lecteur et de l'auteur individualisés.

Ce lobbying a, évidemment, aussi pour objet de maintenir le principe de prélèvement forfaitaire sur les supports de duplication, voire de l'imposer sur les échanges en réseau. Néanmoins, la diversité d'attitudes entre les sociétés d'auteurs (pour on contre une taxation forfaitaire d'Internet par exemple), si elle recoupe leurs divergences d'intérêts, témoigne aussi d'une crispation. Cette crispation renvoie certainement au sentiment que leur fonction traverse une crise profonde.

Cette fonction repose sur une équation impliquant plusieurs composantes :

- auteur affichant son désintéressement, mais doté d'un capital suffisant pour produire des œuvres
- matérialisation sous forme de publication

[1] La « censure » des publications lycéennes et les jeux avec celle-ci peuvent faire figure de précurseurs.

- diffusion de ces objets matériels relativement rares portant ces contenus
- achat ou location par le public (ou financement par l'État), sans autre forme de retour de l'usager si ce n'est rejoindre l'institution de production

Or, Internet semble dessiner d'autres types d'usages et de marchés.

Les multiples formes de re-créations, permises par l'intégration des médias, sauront-elles s'imposer, face à l'usage politique de la convergence comme prétexte à la régression des lois, comme autant de résistances[1] ? Maintenir la structure antérieure du marché implique en effet de pénaliser ces nouveaux usages. La position des auteurs risque à ce titre de légitimer des régressions politiques. Or, ces régressions pourraient entraîner la réapparition de censures et de formes d'encadrement de la création contre lesquelles les auteurs avaient lutté.

Une nouvelle transitivité des médias ?

Cette inflation des contraintes légales aurait directement pour objet de limiter le pouvoir des usagers, en les maintenant dans une position de réception intransitive.

La définition de l'intransitivité du pouvoir des médias[2], et de la mise en scène de soi pour exprimer la prétention au pouvoir, se vérifie dans l'action politique : en mettant en scène son mépris et l'impossibilité de rétroaction discursive, le gouvernement a, par exemple, et peut-être par volonté, déclenché des violences en 2005 qui justifieraient *a posteriori* ses projets de réformes judiciaires.

L'acharnement juridique envers Internet peut être vu suivant la même modalité : ce qui lui est reproché, au final, ce serait justement d'introduire une figure de transitivité dans les médias.

Pourtant, bien que la télévision ait largement pu être dénoncée comme intransitive, donc comme un moyen d'exercice énonciatif du pouvoir qui pourrait entériner la manipulation sur les contenus véhiculés, l'analyse précise d'émissions de télévision montre une situation beaucoup plus complexe. Les nouveaux médias ne sont pas forcément qu'une extension des moyens artificiels de figuration de l'interactivité : ils peuvent aussi marquer une visibilité plus

---

[1] À moins que toutes les tentatives de falsification permises par la supériorité des usagers sur les émetteurs institutionnels à la faveur des innovations technologiques ne fassent que renforcer le système, suivant la position soutenue par Umberto Eco dans ses « Chroniques du village global » : voir en particulier « La falsification et le consensus » pp. 183 à 188 dans *La Guerre du Faux* Grasset, Paris 1985, article publié initialement dans l'Espresso en 1979.

[2] Jean Baudrillard *Pour Une Critique de l'économie politique de signe* Tel, Gallimard, Paris 1972, p. 210.

accrue de phénomènes d'implication du 'spectateur', que ce soit dans ses pratiques d'achat par correspondance ou d'implication discursive, personnelle ou liée à un collectif. Les détournements, les *braconnages* acquièrent un nouvel espace de visibilité et de circulation grâce à Internet. Les usagers disposent en outre d'outils de consultation de plus en plus comparables aux outils de production, si l'on compare l'ordinateur au téléviseur ou au livre imprimé.

La *transitivité,* dans tous ces cas, serait même ce qui caractériserait le mieux la télévision : pour valider la croyance en ses effets, elle met d'abord en scène sa capacité à régler de façon publique des problèmes privés.

La figuration de l'autorité passe alors, expressément, par la mise en scène d'une intransitivité qu'un glissement de termes, au niveau politique, permettra de présenter comme de *l'intransigeance*, alors qu'il ne s'agit que d'un jeu de répartition entre ceux dont on écoute et valide la parole et ceux dont on la refuse : en cela, les médias relèvent bien du politique.

Du politique au signe

Mais la télévision, en se pensant elle-même plutôt comme un ordre de signes que comme un cadre de représentation, n'est peut-être que l'aboutissement le plus direct et le plus massif des postulats fondateurs des sciences sociales, ce qui expliquerait sa position particulière dans la grammaire des passions à laquelle les objets d'étude savante ne sauraient toujours échapper.

Soutenir que la télévision dénierait la « coupure sémiotique »[1], en présentant le *signe* comme la *chose*, ne sert donc qu'à alimenter la figuration de son pouvoir. Or, il s'agit bien de la *figuration* d'un pouvoir, pouvoir qui peut être analysé en terme de réciprocité[2].

En soulignant l'intransitivité de la télévision, suivant les mêmes modalités que les processus de pouvoir, Baudrillard rappelait que Barthes signalait la même non-réciprocité dans la littérature :

> *Notre littérature est marquée par le divorce impitoyable entre le fabriquant et l'usager du texte, entre son propriétaire et son client, son auteur et son lecteur. Ce lecteur est alors plongé dans une espèce d'oisiveté, d'intransitivité, et, pour tout dire, de sérieux :*

---

[1] Position soutenue par exemple par Daniel Bougnoux, voir *La Communication contre l'information* Hachette, Paris 1995.

[2] Voir également l'approche de Paul Beaud dans *La société de connivence. Médias, médiations, classes sociales*, Aubier, Paris 1984, sur l'intérêt de la croyance en les effets des médias pour la petite bourgeoisie, et l'analyse qui en est faite par Éric Macé dans « Qu'est-ce qu'une sociologie de la télévision. Esquisse d'une théorie des rapports sociaux médiatisés » Réseaux n°104, FT R&D / Hermès Science Publication, 2000.

> *au lieu de jouer lui-même, d'accéder pleinement à l'enchantement du signifiant…, il ne lui reste plus en partage que la pauvre liberté de recevoir ou de rejeter le texte : la lecture n'est plus qu'un* référendum[1].

Or, la machine qui permet de lire est maintenant identique à celle qui permet d'écrire ; celle-ci est même une évolution de celle-là. Cette incongruité n'a pas échappé aux fabricants, mais aucun « livre électronique » n'a encore pu s'imposer[2].

Nous devons, sans doute, à cet aspect technique inattendu de la convergence, peut-être seulement transitoire, des possibilités permanentes de détournement, d'appropriation et de recréation des textes et des images qui ne sont pas sans rappeler cet enchantement.

Un autre fait social structurel, l'allongement de la durée des études, entraîne précisément une inflation considérable du nombre de producteurs potentiels d'œuvres. Internet est donc un exutoire pour ces compétences inemployées. On a pu souligner, dans les rapports officiels, le caractère sous-tendu par l'oralité des productions textuelles dans les nouveaux médias, on s'est moqué en particulier de la syntaxe des *blogs* et de 'l'écriture phonétique' des *sms* : renvoyer à l'oralité permet de nier la compétence de 'producteur culturel valable'.

Il demeure que l'on est dans le domaine du scriptural, donc, aussi dans celui de l'écrit, et que beaucoup de *blogs* et de correspondances par *mel* peuvent même s'y illustrer remarquablement[3]. Une très rapide étude sur un panel de quelques personnes sur les sites de rencontre par Internet nous a fait découvrir une qualité d'échanges épistolaires totalement inattendue. On ne peut en tirer de conclusion en terme de représentativité, mais il semble qu'un usage étonnant de ces sites soit la co-production de roman(ce)s épistolaires dont l'implication est d'abord littéraire.

Cet usage renvoie aussi à notre hypothèse suivant laquelle le meilleur modèle économique pour Internet correspond à des configurations, où les usagers apportent eux-mêmes les contenus, gratuitement, puis paient pour y accéder, voire paient pour apporter leur contenu.

---

[1] *S/Z* Tel Quel, Seuil 1970.

[2] Voir *Ecrans et Réseau, vers une transformation du rapport à l'écrit*, colloque virtuel organisé par la BPI, l'institut Jean Nicod (CNRS) et EURO-EDU, Association européenne pour le Développement de l´Enseignement Supérieur et de la Recherche sur Internet du 15 octobre 2001 à fin mars 2002 : http://www.text-e.org/ .

[3] Voir également « Lecteurs et lectures à l'âge de la textualité électronique » Roger Chartier, colloque cité note *supra*.

Dans ses appels au don pour financer son infrastructure, Wikipedia ne fonctionne, d'ailleurs, pas si différemment.

Beaucoup de journalistes, condamnés à une dimension fonctionnelle *d'écrivant* par le caractère restreint du marché littéraire, ont pu, sans doute, assouvir ainsi, ou au moins partager une part de leurs ambitions littéraires initiales. L'exercice a, certes, une dimension introspective ou auto-centrée qui peut lasser ; il assure pourtant, de ce fait même, une fonction inattendue, celle de l'archivage d'Internet[1] : par leurs multiples renvois hypertextes et par la mise en ligne et le commentaire des articles et des informations qui ont touché leurs auteurs, en témoignant donc aussi de leur réception immédiate, les *blogs* forment un auto-archivage d'Internet et un archivage du quotidien sans précédent et sans équivalent.

De braconnier, le spectateur s'est mué en archiviste en se faisant pirate.

Convergence / divergence, dématérialisation / matérialisation

Les *pirates* sont dénoncés par le pouvoir politique et par les producteurs pour leurs pratiques d'usages égoïstes, refusant de rémunérer les auteurs des biens qu'ils détournent.

Œil bandé, pavillon noir ou visage masqué, les pirates sont définis en tant que tels par leur refus d'être identifiés, à l'inverse, par exemple, des « corsaires », pour filer la métaphore, que nous avons vu intervenir contre le droit des marques au nom d'une cause précise, et qui tenaient à passer en jugement au nom de l'exemplarité de leur acte.

Une esthétique de la disparition

Nous avons pu aussi remarquer la force des pressions sociales, en particulier entre pairs, qui s'expriment dans les cadres de consommation culturelle : la mode des vêtements de sport, au-delà de l'affichage de signes de richesse par le biais des marques, a un effet d'uniformisation. Pourtant, cette uniformisation est très différente de celle qui accompagnait les sociétés disciplinaires où l'uniforme permettait d'intégrer l'individu dans un corps institutionnel. Nous avons également proposé de voir, dans les polémiques autour des symboles religieux « visibles », à la fois des effets d'agrégation sociale et d'énonciation du pouvoir, au travers du

[1] Dans les créations contributives les « auteurs » n'apparaissent également qu'au travers de l'historique des modifications et de l'archivage des différentes versions.

fait de parvenir à imposer le port ou le non-port de tel ou tel signe, comme la circulation de tel ou tel énoncé.

Il y a pourtant un point commun frappant entre ces différents courants d'habillement : la disparition du visage. L'individu s'efface moins comme individu dans un collectif qu'il ne réalise sa disparition en tant qu'identité individuelle identifiable.

La mode des cagoules et des capuches[1] correspond ainsi à des nécessités pratiques : ne pas être identifiable pour éviter des pressions personnelles dans le cas des policiers du RAID ou des commandos des Forces spéciales et du GIGN, ne pas être identifiable par la police dans le cas de cambrioleurs ou de preneurs d'otages, de hooligans ou de casseurs, voire de justiciers au statut « juridique » intermédiaire comme Zorro[2] ou Spiderman. Le sous-commandant Marcos a donné à la cagoule sa dimension révolutionnaire. Le masque peut, bien entendu, être aussi un emblème de puissance, l'effacement des traits émotionnels du visage renforçant la crainte que peut inspirer celui qui le porte, tout en l'assurant de son impunité et de sa toute puissance. La cagoule se situe, à ce titre, dans la continuité des masques de guerre de l'antiquité à nos jours, des peintures de guerre et des carquois des amérindiens à Rambo et à ses cartouchières, et des westerns à Vidocq.

Ces signes visibles de l'invisibilité s'articulent, en effet, parfaitement avec les jeux de représentation que peuvent produire les médias[3], permettant l'identification du personnage le plus puissant avec une très grande efficacité iconique. Zorro, Fantômas, l'Homme invisible et Irma Vep[4] ont une postérité qui doit peut-être nous amener à y voir la plus belle métaphore de l'incidence du cinéma et des nouveaux médias sur les représentations sociales.

Or, il nous semble que ces masques ne visent pas tant à affirmer une puissance qu'à affirmer une disparition, cette capacité de disparition étant justement ce qui peut fonder la puissance et la crainte. Comme les dragons à cheval terrifiaient par leur panache écarlate, leur lance et le bruit de la sirène intégrée dans leur casque, dans la lignée des chevaliers médiévaux, comme

---

[1] Le terme même de Cagoule a été utilisé pour dénommer l'organisation d'extrême droite dirigée par Eugène Deloncle avant-guerre dans le sens de « comité secret ». L'usage médiéval de la disparition du visage chez les moines ou les pénitents a un sens évidemment différent.

[2] Le rattachement de la Californie aux Etats-Unis impliquait la sécession avec le Mexique, un acte légitime dans un cas et illégal dans l'autre.

[3] Les masques facilitent également les raccords entre doublure et locuteur identifié, des acteurs interprétant James Bond à Nicolas Hulot : le masque sous-marin popularité par Jacques-Yves Cousteau doit sans doute là aussi sa postérité cinématographique et télévisuelle à ce trait fonctionnel qui redouble en outre les traits de la dramatisation hitchcockienne.

[4] Ainsi que tous leurs avatars dont on retrouvera la genèse dans la littérature populaire du XIXème siècle.

les CRS de 1968 annonçaient encore la charge en frappant leur bouclier de leur matraque, les casseurs de mars 2006 imposent l'effroi par la soudaineté de leur apparition et de leur disparition, comme par la disparition de tout type de revendication qui pourrait encore permettre d'anticiper leur apparition. L'acte délictueux ou criminel[1] gratuit correspond à la disparition même du mobile.

Que l'apparition et la disparition de ces casseurs soit le fait d'une manipulation orchestrée par la police, comme la presse et les organisations syndicales ont pu l'évoquer, ne change rien au fait que ce soient bien cette ubiquité et cette impossibilité d'identification qui causent la frayeur. En l'occurrence, la police a été accusée de n'avoir arrêté et déféré devant la justice que des manifestants sans intervenir contre les casseurs[2]. Une commission d'enquête avait déjà été demandée par des députés, à la suite d'agressions semblables à l'encontre de lycéens lors des manifestations du 8 mars 2005. Des évènements comparables s'étaient déroulés, sept ans plus tôt à Paris, lors de la techno-parade de septembre 1998, pendant les manifestations lycéennes du 15 octobre 1998[3], et ils se sont encore répétés lors des manifestations syndicales du 28 mars 2006.

Dans tous les cas, on ne peut que relever le décalage entre la multiplication des lois pour prévenir le terrorisme, quitte à restreindre le champ des libertés individuelles, et l'inefficacité des dispositifs policiers pour prévenir les désordres urbains. Difficile, suivant les sources policières présentées alors à la télévision, de distinguer les casseurs des manifestants parmi ces jeunes « qui se ressemblent tous ».

Il y a néanmoins, dans les usages vestimentaires de la disparition, tout un système subtil qui règle les affichages d'appartenances, des marques fétiches de *sweat-shirt* à capuche des néo-nazis à la sémiologie complexe de la cagoule corse, tricotée main, empruntée à un cousin motard ou issue d'un stock militaire, voire roulée en bonnet lorsqu'on se rend à une réunion clandestine[4] : le symbole de la disparition devient encore plus signifiant en disparaissant lui-même.

---

[1] Le *serial-killer* serait un peu au gangster ce qu'est le casseur au manifestant ou « Sollers à la littérature » : Fritz Lang avait déjà thématisé cette problématique dans M. Le Maudit (1931).

[2] Il s'agit des manifestations du 23 mars 2006 à Paris. Voir « La police a serré les manifestants mais pas les casseurs » L'Humanité du 25 mars 2006, Marie Bertrand.

[3] « Un phénomène récent mais récurrent » Libération du 25 mars 2006, Didier Arnaud et Jacky Durand.

[4] Voir les chroniques de Guy Benhamou dans Libération à propos des conférences de presse clandestines tenues par des nationalistes corses, janvier 1996.

Le groupe de vente allemand Quelle a envisagé de cesser la vente, en Allemagne, de vêtements de la marque britannique Lonsdale, parce que des néonazis les portaient sous un blouson, en ne laissant apparaître que les lettres centrales du logo de la marque, ce qui forme l'acronyme NSDA, rappelant les initiales du parti national-socialiste NSDAP.

La direction de Quelle est revenue sur cette décision dans la mesure où *la marque britannique avait lancé en 2004 une campagne "Lonsdale aime toutes les couleurs" pour se démarquer de la scène extrémiste et restaurer son image*[1].

Yahoo ! a consacré à cette affaire un article[2], illustré de la photo de dos d'un néonazi, titrée « Manifestant néo-nazi portant un vêtement copié sur la marque Lonsdale, le 10 novembre 2001 à Grimma en Allemagne », où l'on voit le logo de la marque devenu « consdaple » (ce qui permet de montrer en totalité les lettres NSDAP), surmonté de l'aigle nazi à la place de l'emblème habituel de la société, ce qui constituerait une sorte de reprise de second ordre, la signature n'étant plus copiée en tant que telle mais en tant qu'elle a déjà été détournée.

Logo Londsale détourné

Les aspects esthétiques du camouflage peuvent même entrer en contradiction avec leur fonction initiale. L'Armée française équipe l'ensemble de ses unités depuis sa professionnalisation, en 1996, avec des vêtements camouflés. Leur motif est composé de taches de couleurs juxtaposées, se différenciant d'autres uniformes, basés soit sur des effets « coup de pinceaux », soit sur des juxtapositions de pointillés ou de formes géométriques. On

[1] Cité dans « KarstadtQuelle continuera à vendre Lonsdale, la marque préférée des néonazis » dépêche AFP Berlin du 24 mars 2006, reprise sur Yahoo ! Actualité.

[2] Dépêche citée *supra*.

retrouverait différentes influences picturales dans le *système de la mode*[1] du camouflage : tachisme, pointillisme, cubisme, *action-paintig*…

Cet uniforme a remplacé le « vert OTAN » qui équipait auparavant l'armée, offrant aux militaires un aspect plus conforme à l'image d'une unité d'élite que la télévision et le cinéma véhiculent.

Par souci esthétique, les soldats prennent des vêtements trop étroits ou les recousent pour les rendre plus seyants. Le vêtement destiné à les camoufler sert aussi à faire apparaître les muscles. Or, les vêtements retiennent ainsi plus de chaleur, rendant les militaires beaucoup plus visibles avec une caméra thermique. Sur le même principe, le commandement a dû donner des consignes strictes pour que les militaires utilisent des lessives sans azurants optiques. En effet, ces composés permettant de laver « plus blanc que blanc », suivant l'expression que reprenait Coluche[2], rendent les uniformes particulièrement visibles de nuit avec des jumelles à amplification de lumière.

L'uniforme français, conçu en grande partie en fonction d'impératifs esthétiques, s'avère de toute façon trop visible : le choix des couleurs ne correspond pas assez précisément à la courbe de fréquence de la chlorophylle, et la dimension des motifs limite son efficacité, en particulier contre un ennemi équipé de jumelles ou de lunettes de visée. Un programme de réforme de l'équipement vestimentaire des militaires a donc été lancé en 2006[3].

Les tenues camouflées, perçues comme contraires aux valeurs de noblesse et d'honneur de la guerre, n'ont été adoptées en France que très tardivement, au début de la première guerre mondiale. La foule aurait sifflé les régiments équipés de la tenue « réséda » plus discrète, expérimentée deux ans auparavant[4].

Cette question du camouflage nous semble s'inscrire parfaitement dans la dialectique de l'apparition et de la disparition, du rapport de l'individu aux contrôles et à sa visibilité en image, jusqu'à la stylisation de cette problématique.

---

[1] En référant à Roland Barthes, *Le Système de la mode* Seuil, Paris 1967.

[2] Voir également le texte de Barthes « Saponides et détergents » sur l'usage des notions de blancheur, de pureté et de profondeur du vêtement dans ce mythe publicitaire, dans *Mythologies*, Seuil, Paris 1957.

[3] « La fin des taches » Libération du 28 avril 2006, Jean-Dominique Merchet.

[4] « Les uniformes passés en revue » Libération du 28 avril 2006, Jean-Dominique Merchet.

Le droit à la disparition

L'évolution du droit à l'image entérine la disparition du visage au niveau jurisprudentiel. Du fait des procès de personnes dont on montrait le visage sans avoir recueilli leur assentiment formel, la télévision a intégré le principe du « floutage », au point d'en faire une figure rhétorique systématique pour authentifier et dramatiser les reportages ; de ce fait, les individus dont le visage apparaîtrait non flouté pourraient toujours être suspectés d'être des acteurs. Les « mis en examen » sont même invités par la police à recouvrir leur visage d'une capuche improvisée, manteau ou camisole rabattue, lors des transferts filmés par la télévision, la pauvreté du moyen de disparition et l'humanité de leur escorte pénitentiaire la leur accordant néanmoins, traduisant en image cette culpabilité[1].

La cagoule, la capuche, le tchador, comme signes de second ordre pouvant contribuer à légitimer les précédents, sont donc aussi des réponses au développement des médias et des techniques de vidéosurveillance ou des possibilités pour chacun de prendre et de transmettre des images : la presse et la télévision sont ainsi souvent suspectées de fournir des photos permettant l'identification et l'arrestation de manifestants[2]. La question de la représentation de Mahomet apparaît là encore comme une image de cette disparition, permettant de relier l'enjeu de la représentation dans l'islam à des problèmes relevant très directement de la modernité, et pas seulement à des archaïsmes.

Dans une logique d'offre, il était important de se faire un nom : dans une logique de demande et de contrôle, logiciels ou sites d'anonymisation doivent permettre de le défaire. La résistance contre un pouvoir disciplinaire impliquait d'imposer sa propre autorité : dans une société de contrôle, il importerait d'imposer sa qualité de lecteur anonyme. La difficulté serait de parvenir à se faire oublier et non plus à se faire connaître : les prophéties d'Andy Warhol étaient vraiment à prendre à la lettre ; difficile d'échapper à son quart d'heure de gloire.

Une opposition de terme entre virtuel vs concret ou entre concret vs visible

Une esthétique de la disparition, telle qu'elle a pu être magnifiée par Perec ou préfigurée par Virilio, anticipe certainement les tentatives pour déjouer ces nouveaux contrôles que permet

---

[1] La loi Guigou de juin 2000 oblige à « flouter » le visage des personnes mises en cause dans des procédures judiciaires, ainsi que des policiers et des mineurs. Dans les autres cas, la jurisprudence est assez fluctuante. Le respect de la vie privée relève en tant que tel du code civil (article 9).

Pour la récurrence du débat dans la presse voir « flouter ou ne pas flouter les photos d'actualité » Le Monde du 1er avril 2006, Pascal Galinier.

[2] Ou l'expulsion de demandeurs d'asile, dans un cas cité *supra*.

l'informatique sur les textes, et que permet la vidéosurveillance, les *serious games* – un oxymore assez oulipien – sur les identités individuelles.

Un enjeu important des luttes contre la cybercriminalité est de mettre au point des logiciels de reconnaissance automatique des visages. Nous avons souligné l'importance de la mise en place de signatures fiables, biométriques ou électroniques (les DRM), pour remplacer des signatures manuscrites qui ont pu être utilisées artistiquement et administrativement au siècle précédent.

Paul Virilio a proposé ce terme *d'esthétique de la disparition* pour caractériser la forme des blockhaus de la ligne Todt et l'enterrement des constructions de guerre du régime nazi, contraint d'intégrer dans son architecture le contrôle aérien que les Alliés exerçaient sur lui, après avoir perdu la maîtrise du ciel, assumant sa limitation à une « lithosphère », le *lebensraum*[1]. Virilio signale ainsi l'extraordinaire développement des organes d'alerte, l'expansion de l'arsenal électronique par l'essor prodigieux des moyens de télédétection et de télécommunication, alors que les équipements de surface demeurent délaissés, ce qu'il appelle l'essor des « armes invisibles » en reprenant la terminologie de l'époque. Le continuum militaire anticipe très certainement les continuums sociaux et les continuums médiatiques. Il participe en tout cas de la valorisation des mêmes concepts.

La métaphore peut être prolongée jusqu'aux systèmes de visibilité et d'invisibilité réciproques qui résulteront de l'intégration des radars dans les dispositifs de défense militaire, entre destinateurs et destinataires des bombes et des moyens anti-aériens. Les avions « furtifs », invisibles aux radars, poursuivent cette logique, comme autant de cagoules ou de foulards.

Le problème n'est pas que les images mentent, il est de savoir *qui* exerce un pouvoir en montrant ou en cachant, et *qu'elles sont* les conséquences de ces dévoilements et de ces opacités. Les thématiques que Virilio ou Baudrillard[2] ont développées à propos de la guerre du Golfe essentialisent peut-être trop le pouvoir des images, en reliant visible et concret, invisible et virtuel, déduisant une disparition du réel, la simulation prenant sa place. Les stratèges ont parfois fait la même erreur : l'invisibilité est quelque chose de très concret,

---

[1] *Bunker Archéologie* CCI, Paris 1975 / Demi-cercle Paris 1994.
Esthétique de la disparition Balland, Paris 1980.

[2] Voir de Jean Baudrillard « La Guerre du Golfe n'aura pas lieu » dans Libération du 4 janvier 1991 et *La Guerre du Golfe n'a pas eu lieu* Galilée, Paris 1991. De Paul Virilio « L'émotion du direct tue la réflexion » entretien publié dans Télérama du 23 janvier 2001, propos recueillis par Jean-Claude Raspiengeas, *L'Écran du désert* Galilée Paris 1991, *Guerre et cinéma, logistique de la perception* Cahiers du cinéma - éditions de l'Étoile, Paris 1984.

tandis que les identités, numériques ou non, relèvent de phénomènes d'attribution, donc du virtuel.

Au-delà des réponses liées à la « désespérance » sociale qui amènerait « les individus occupant les positions les plus dominées » (les immigrés, les jeunes et les femmes) à intégrer cette « honte » dans leur propre disparition[1], on peut certainement voir, dans la puissance métaphorique de la capuche, de la cagoule, du foulard ou du masque, une réaction aux moyens de contrôle liés au développement des médias dans la sphère privative.

Cette identification n'est en effet pas seulement individuelle : elle passe aussi par des catégorisations dans lesquelles on peut facilement entrer, tout en tentant d'y échapper.

L'anonymisation a aussi pour corollaire direct la sur-valorisation des dénonciations sous toutes leurs formes, dont nous avons aperçu les échos dans les appels à la délation par rapport aux usages illicites d'Internet :

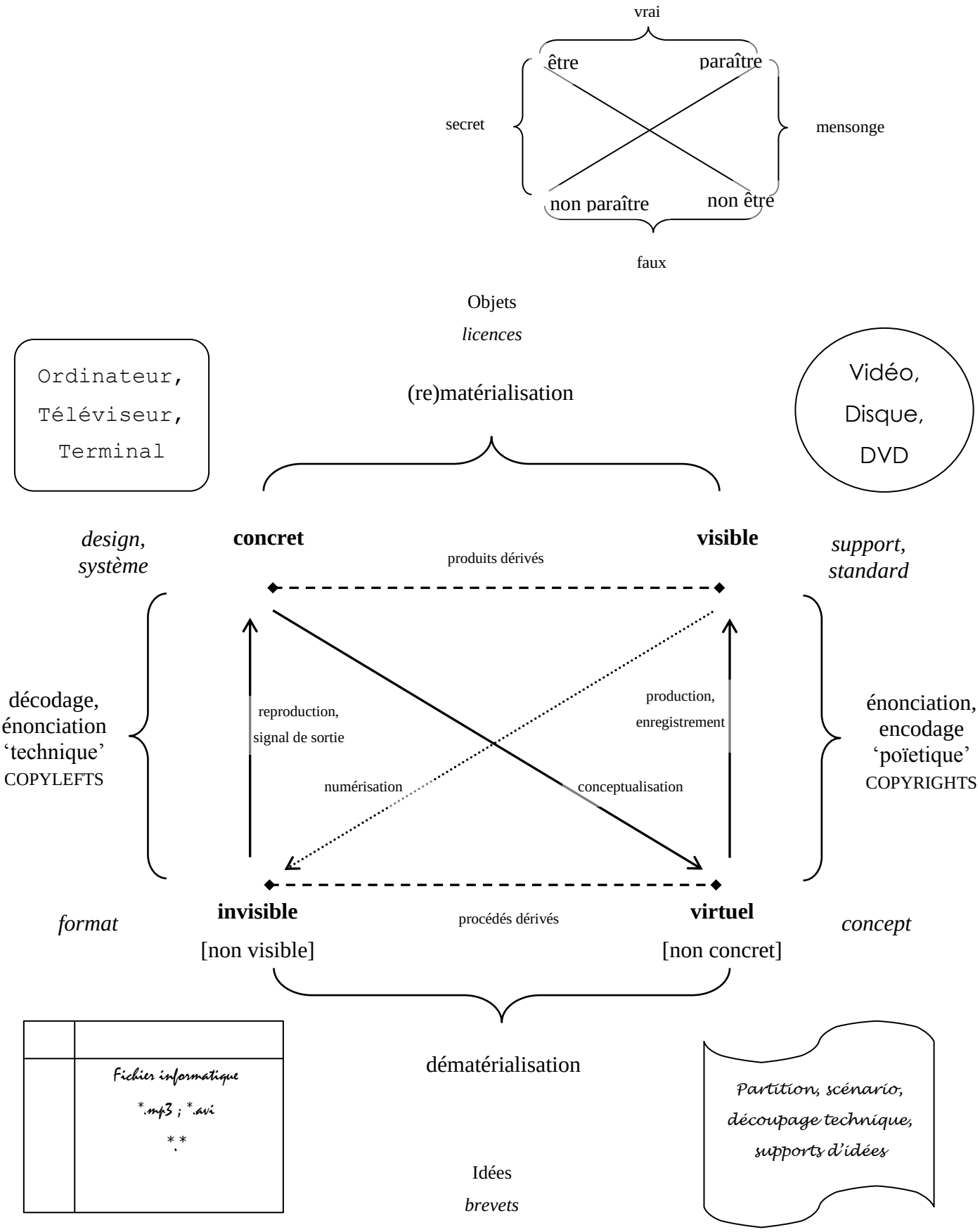
> *Les professionnels de l'espionnage sont littéralement doublés, d'une part par la prolifération des systèmes d'information, et de l'autre par le développement considérable de la délation dans les masses, les amateurs.*
>
> […] *Le renseignement et le contrôle social deviennent l'essentiel de l'esprit de défense : la radio vous informe de tout, tout de suite ; elle vous protège des surprises désagréables mais, en retour, vous alerterez téléphoniquement les autorités de toute anomalie survenant dans votre voisinage immédiat.*[2]

La transparence de l'espace, la vitesse de transmission des informations ont donc pour corollaire cette valorisation de la disparition par la mobilité et le camouflage, dans laquelle le consommateur peut tenter de retrouver son anonymat perdu, c'est la dialectique de Zorro contre le Docteur Mabuse, déjà au cœur des questions de visibilité au cinéma.

---

[1] On trouverait des arguments de ce type dans *La Domination Masculine* de Pierre Bourdieu, Liber, Seuil, 1998.

[2] *Bunker Archéologie*, ouvrage cité, p. 33.



Concret *versus* visible, invisible *versus* virtuel

Le carré sémiotique (principe *supra*, en référence à Greimas[1]) permet de replacer l'ensemble des données sémantiques et techniques liées à la dématérialisation, pour dépasser l'opposition entre concret et visible, ou entre invisible et virtuel, qui relèverait plutôt d'une relation de contrariété (termes opposés mais compatibles, leur conjonction est possible) que d'une relation d'exclusion (valeurs contradictoires non compatibles)[2], comme on a pu le voir à travers le principe des produits dérivés ou des procédés dérivés. Par procédé dérivé, on entend les modèles économiques qui consistent à commercialiser les moteurs d'un logiciel pour des utilisations privées, son utilisation gratuite servant de publicité.

La question du *copyleft* apparaît ainsi parallèle à celle du *copyright*, ce qui permet de préciser les enjeux de l'interopérabilité entre les différents formats informatiques, tels qu'ils ont été définis, par exemple, dans la version votée en mars 2006 de la loi DADVSI.

L'enjeu des polémiques sur l'énonciation est de dénoncer des mensonges, celui des polémiques sur l'interopérabilité est de lever des secrets industriels.

De la copie à la disparition de l'original

Les usages politiques et économiques de la Convergence se caractérisent, le plus souvent, par le fait de ne prendre en compte, à chaque fois, qu'un aspect de la spécificité des médias. Or, la convergence signifie essentiellement la fin d'un certain type de cloisonnement entre circulation d'énoncés à finalité privée et représentations ou discours à finalité publique.

Ainsi, une copie n'est pas forcément moins concrète qu'un original : l'attribution du caractère original est toujours contestable puisqu'elle implique de comparer différentes modélisations. C'est précisément dans la matérialisation de cette dimension concrète de la copie que se situent les enjeux économiques. Néanmoins, la notion de dématérialisation ne relève pas seulement d'une problématique strictement économique : elle se pose à tous ceux dont la fonction sociale consiste, précisément, à interroger les normes qui définissent ces cloisonnements et ces attributions d'identité : chercheurs, enseignants, artistes.

La question de l'acceptabilité des énoncés et des représentations dans l'espace public est en effet une question d'ordre institutionnelle, dont la dimension technique n'est en elle-même qu'un aléa, bien qu'elle doive être en adéquation avec le type d'usage : la contention des énoncés, que ce soit pour des raisons politiques, des raisons de mœurs (des publics

[1] *Du Sens II, essais sémiotiques* Seuil, Paris 1970, p. 54.

[2] Ce qui se rapprocherait des positions de Pierre Levy sur le virtuel comme potentiel.
Voir *Qu'est-ce que le virtuel ?* Sciences et société, La Découverte, Paris 1995.

« avertis ») ou des raisons religieuses, implique qu'ils soient inscrits dans des formes matériellement contrôlables circulant dans des espaces prédéfinis.

Or, si l'on suit le fil qui irait de la fin du moyen-âge à notre âge *post-moderne*, nous sommes passés d'une situation où les œuvres circulaient peu, pour des raisons formelles et institutionnelles corrélatives (fresques murales, manuscrits conservés en un lieu donné) à une situation où la notion même 'd'origine' ou 'd'original' n'a plus de sens. On objectera que l'on dispose de relevés précis de la circulation de tel manuscrit, de tel retable, à l'occasion de tel ou tel legs : le fait que les échanges médiévaux puissent constituer un système fini est justement ce qui les caractérise.

Le régime de la littérature est en cela particulier et sans doute *princeps* : une œuvre littéraire n'a pas d'original, elle n'existe que dans sa reproduction, sa reproduction avérée par des institutions de contrôle est même la condition de sa reconnaissance. Que sa publication renvoie au marché, dans le cas d'une publication commerciale, ou à des instances savantes dans le cas de publications critiques ou posthumes, ne change rien à ce régime. Une publication « à compte d'auteur » est toujours déclassante : elle est presque une contrefaçon de publication. Des biais spécifiques réintroduisent néanmoins des formes de valeurs liées à l'originalité : tirages limités, dédicaces. Le caractère artistique d'une œuvre littéraire ne tient pas à l'originalité du support, mais à l'originalité de l'acte créateur, ce qui fondera le droit d'auteur.

Dans le cas de la figuration plastique, l'acte créateur est inscrit dans la forme elle-même par la *touche* du peintre ou du sculpteur. Autonomisée, transportable, fixée dans un cadre ou sur un socle, elle devient une forme close et originale, thésaurisable, ce qui fondera le principe des collections princières puis des musées. Cette dimension permet la constitution d'un étalon de la valeur auquel on peut toujours se référer, comme l'étalon-or ou les réserves d'or des banques nationales garantissent la valeur du papier-monnaie, les œuvres des musées nationaux garantissent la valeur des copies, dont la vente constitue le principal marché, qu'elles soient obtenues par imitation, reproduction graphique ou photographique.

L'industrialisation de la diffusion de la culture passe ainsi par des procédés mécaniques de reproduction, la définition, parfois artificielle, d'une unicité des œuvres permettant leur contrôle commercial et leur reconnaissance artistique. Le passage de la vente des copies de films à leur location, à la fin des années 1900, a instauré ce principe dans l'audiovisuel en assurant l'intégrité des films : ils ne sont plus remontés par les forains en fonction de leur

usure, ils n'ont de valeur symbolique et commerciale qu'en tant qu'ils correspondent à une intention originale.

Rick Altman a même montré que le terme de « film » était largement inapproprié pour désigner les programmes antérieurs à 1910, du moins dans le cadre de l'exploitation américaine : le terme employé était celui de « vues », désignant indifféremment vues fixes ou animées. L'appareil de projection, évolution de la lanterne magique, permettait en effet la diffusion de tel ou tel type de vues. La projection d'images fixes pouvait être ainsi utilisée en complément du film pour des titres, des intertitres, des publicités, des consignes, des informations, en fonction des usages propres au lieu d'exploitation, voire pour projeter un « interlude » en cas d'incident du dispositif de défilement des bobines de film.[1].

Si un film est la duplication d'un négatif ou un document vidéo la copie d'une bande mère, un programme élaboré virtuellement sur un disque dur ne renvoie plus à aucun support original : la diffusion correspond plus à un processus de démultiplication qu'à un processus de duplication. La reproduction phonographique impliquait par exemple la possession des matrices : la question de leur détention a pu faire l'objet de conflits entre artistes et producteurs. Peut-il y avoir encore Art et commerce de la culture s'il n'y a plus de référence à un original ?

Convergence et problématiques artistiques

La question de la rematérialisation des contenus s'est posée en art bien avant la convergence, comme une des prémices du phénomène. Dada, les surréalistes, fluxus, le pop-art, les lettristes, l'art pauvre, le land-art, le body-art, les nouveaux réalistes, tous les artistes liés aux mouvements d'avant-garde du XXème siècle se sont posé la question de la réinscription de l'art en dehors des musées et des circuits institutionnels de circulation des images.

Parallèlement à la question du détournement des masses-médias, que proposaient par exemple les situationnistes dans les années 60, se pose aussi la question de l'investissement des artistes dans le marketing et les produits dérivés. Les produits de masse peuvent devenir également les matières premières de nouvelles créations : concaténations de César, de Spoerri, réutilisation de poupées ou de figurines destinées aux enfants.

---

[1] Communication lors de la séance du 9 mai de la Chaire Roger Odin école doctorale Assic, Université Paris 3 Sorbonne Nouvelle. Voir de Rick Altman : *Silent Film Sound* Colombia University Press, New York 2005 ; « De l'intermédialité au multimédia. Cinéma, médias, avènement du son », dans Cinémas, vol. 10, n° 1, *Cinélekta* 3, sous la direction de Gilles Thérien, Université de Montréal, 1999, pp. 37 à 53.

L'artiste Polonais Zbigniew Libera avait ainsi pu choquer[1], en proposant en 1996 des boîtes de Lego[2] qui permettaient de construire un camp de concentration. Il avait pourtant obtenu l'accord du fabricant :

> *I decided to study mechanism which create images concerning organization of a human community, a social space and anatomy of a political body. From the point of view of my interest, these issues create a domain of the LEGO toys. I decided to apply for the LEGO sponsorship guided by a fact that its products and the company's name is perfectly identified throughout the world, what not only testified an exceptional accuracy of its products but also proves that they have become a common social property, in the broadest sense of the word* [3].

Le groupe Lego a ensuite tenté d'arrêter Libera en engageant des poursuites judiciaires, mais les premières boîtes avaient déjà été exposées et vendues ; le détournement d'un logo à des fins artistiques est, en outre, un phénomène suffisamment récurrent[4] pour que l'issue des poursuites s'avère incertaine, par rapport aux problèmes d'images de marque qu'elles ne feraient qu'amplifier.

Les fabricants de jouets ont en effet tous intégré les logiques du *licensing*, consistant à produire des jouets recréant l'atmosphère d'un film ou d'une activité présentée dans les médias : Lego propose, en 2005, des séries Star Wars, Harry Potter, Spiderman, mais également une série Ferrari permettant de rejouer les grands prix de Formule 1, avec des figurines représentant les principaux pilotes de l'écurie. Des adultes réutilisent aussi ces matériaux pour produire des sortes de *fan-fiction* vidéo, les *brickfilms*, diffusées ensuite sur Internet[5].

---

[1] Incidents lors de la conférence L'art après Auschwitz, Bruxelles, décembre 1997, rapporté dans l'article suivant.

[2] Galerie Faurschou, Copenhague.

[3] Déclarations de l'artiste, Varsovie, 19 décembre 1996, citées dans « Zbigniew Libera's Lego Concentration Camp: Iconoclasm in Conceptual Art About the Shoah » Other Voices 2.1, février 2000, Stephen C. Fenstein. Other Voices The (e)journal of critical criticism est une publication électronique de l'université de Pennsylvanie : http://www.othervoices.org/2.1/feinstein/auschwitz.html .

[4] Voir par exemple les multiples reprises de logos ou d'emblèmes de marques, comme le bonhomme Michelin noir levant le poing de Bruno Peinado visible lors de l'exposition La Force de l'Art au Grand Palais à Paris du 10 mai au 25 juin 2006 ; cet aspect deviendrait presque un lieu nécessaire des gestes artistiques dans les expositions officielles. Exposition collective dans le cadre d'une initiative du Premier ministre et du Ministre de la culture. http://www.forcedelart.culture.fr/ .

[5] « La Communauté de la brique » L'Express du 2 mars 2006, Julien Bordier.

Boîte Lego de Zbigniew Libera

Boîte de jeu « Soviet System », image promotionnelle, groupe MB

L'acceptabilité de ces détournements n'est pas toujours évidente : un jeu, « soviet system » a obtenu le grand prix du jouet dans la catégorie « société et connaissance », au moment de la chute du mur de Berlin[1]. Le but était d'envoyer ses adversaires au goulag, en évitant soi-même la relégation intérieure ou l'exil à Gorki, pour gravir les échelons du pouvoir et devenir premier secrétaire du parti. Il s'agissait d'un jeu destiné aux enfants ; Karl Zéro en avait repris le principe en proposant, au même moment, une fausse publicité pour un parc d'attraction « Cocoland », précisant « des semelles bouillies vous seront servies dans notre restaurant buvette Le Goulag »[2]. On imagine pourtant plus difficilement adapter ce principe à une thématique nazi. Nous avons vu par exemple que les parodies des Nuls, mettant en scène l'horreur nazie (déguisement de SS et de déporté pour enfants « La Roche joyeuse », Hitler brandissant une carte « Acrematan Express » et déclarant « ne déportez pas sans elle » dans le pastiche d'une publicité American Express où intervenait Luciano Benetton, lessive « Dashau » contre les « taches de rebelle »[3]), jouent d'effets d'inversions en substituant le dégoût à l'envie que devrait inspirer une publicité.

Les déclinaisons, sous forme de jouets, ne sont elles-mêmes que des éléments des multiples déclinaisons des productions audiovisuelles, qu'il s'agisse de jeux vidéo, de bandes dessinées, de livres, de magazines, de produits dérivés divers. L'univers des jeux vidéo peut lui-même inspirer celui des films, chacun de ces espaces pouvant converger.

Les jeux vidéos, par un curieux effet de rétroaction, peuvent même intégrer le graphisme des produits dérivés d'un film : c'est le cas des jeux vidéos inspirés de l'univers Star Wars[4] décliné en Lego[5].

---

[1] Édité par Milton Bradley. Cf. Le Guide de l'enfant édition 1990, hors-série Enfants magazine, octobre 1989.

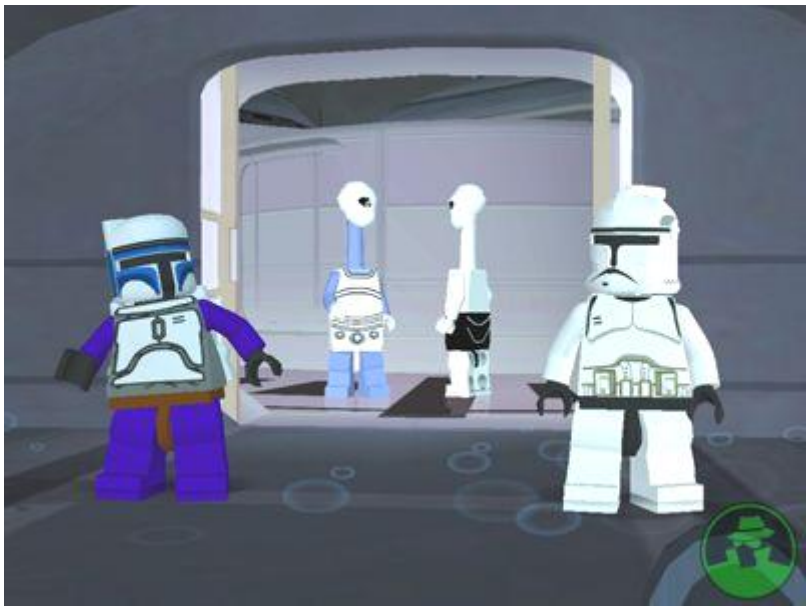
[2] Entrevue n°27 octobre 1994.

[3] Best of des Nuls, document vidéo, 60 minutes, Canal Plus Vidéo 1989.

[4] Série de films proposés par George Lucas depuis 1977.

[5] Site officiel Lego : http://www.lego.com/starwars/default.aspx .

Site d'un collectionneur recensant les différents modèles et leurs différentes éditions : http://www.generations-starwars.com/La-Collection-Lego-Star-Wars-Histoire-et-Evolution-Partie-1.html .



Jeu vidéo Star Wars Lego, capture d'écran.

Lego Star Wars, Catalogue Lego France, décembre 2005

Des artistes ont proposé des œuvres issues du détournement de jeux vidéo, comme Cory Arcangel : le piratage de ces logiciels devient un geste artistique en les détournant de leur finalité, par exemple en proposant un jeu Tetris[1] particulièrement lent, ou en projetant sur différents écrans les éléments visuels (décor, action) qui devraient normalement être superposés pour permettre le jeu[2].

Le détournement de jeux de simulation permet d'obtenir de faux documentaires : Alain Della Negra et Kaori Kinoshita ont ainsi proposé des séries d'entretiens filmés où l'on peut croire qu'il s'agit de récits de vie, alors que les gens parlent en fait de leur doubles virtuels dans le jeu The Sim's. Cette thématique du double et de la copie était au centre de l'exposition « Re : re : » (suffixe inséré automatiquement dans l'en tête des courriers électroniques successivement renvoyés avec la réponse et le texte initial) à Paris en mars 2006[3].

Jean-Marc Chapoulie a présenté cette exposition en invoquant les multiples versions de La Sortie des usines Lumière comme prototype filmique de l'effacement des notions de copie et d'original :

> *La copie, même à l'ère digitale, est toujours un processus de création. On ne refait pas à l'identique. C'est une transmission qui s'altère, se modifie, se déforme, la copie remplace et devient l'original.*[4]

L'exposition présentait en effet plusieurs travaux consistant à détourner des films, des enregistrements d'émissions de télévision, des fichiers musicaux téléchargés. Ces jeux ont aussi pour finalité de démontrer le caractère mécanique de procédés 'spectacularisants' : par exemple Julien Prévieux a rajouté, à un film de James Bond Le Monde ne suffit pas, des effets spéciaux supplémentaires dans une contribution intitulée Post-post production ; Stéphane Bérard a transformé des mélodies de *tubes* populaires en musiques évoquant le suspens, à l'aide de simples procédés de transposition électroniques.

---

[1] Jeu vidéo emblématique, développé en URSS en 1985 par le mathématicien Alexeï Patjitnov, diffusé commercialement depuis 1987. Son principe permet également un grand nombre de variations de type « qui perd gagne ».

[2] Don't touch my computer, galerie Thaddeus Ropac, Paris, mars 2006. Voir « Dans les arcanes d'Arcangel » Libération du 17 mars 2006, supplément « Tentations », Marie Lechner.

[3] Espace Paul-Ricard ; commissaire : Jean-Marc Chapoulie. Voir « Ces copies qu'on forme » Libération du 17 mars 2006, Marie Lechner.

[4] Article cité *supra*.

Ce type d'éloges ironiques du plagiat, revendiquant une place dans le débat actuel sur la numérisation et le droit de copie, et dans la question générale du rapport du modèle à la copie dans l'histoire de l'art, provoque pourtant encore des controverses juridiques.

La programmation du premier « festival des films piratés », présenté par Jean-Marc Chapoulie dans le cadre des rencontres Alchimicinéma au Centre culturel Suisse de Paris, en janvier 2006[1], a ainsi dû être modifiée et plusieurs projections annulées :

> *A la demande du Syndicat de l'édition vidéo, de la Fédération nationale des distributeurs de films et de la Fédération nationale du cinéma français, alertés par l'article de «Libération», le procureur de la République a mandaté deux huissiers, afin de filmer la séance et de constater le cas échéant que les films diffusés portaient atteinte au droit d'auteur.*[2]

Il y a une ironie assez fascinante, en terme de mise en abyme, dans le fait d'envoyer des huissiers filmer une séance de projection consacrée aux « screeners », ces personnes qui filment l'écran lors des projections en salle, et qui diffusent ensuite sur Internet ou par *DVD* les productions qu'ils ont ainsi piratées. Cette pratique fait partie des modes de piratages régulièrement dénoncés par les syndicats d'éditeurs et de producteurs.

La question de l'autonomie du champ artistique par rapport aux possibilités de citation se pose également, comme on peut le voir dans les entretiens recueillis dans l'article de Libération, rapportant cette censure, dont le journal avait été involontairement la cause en faisant la publicité de l'évènement :

> *« J'ai décidé de ne montrer que ceux qui étaient inattaquables, mais je pense qu'il y a un malentendu », explique Jean-Marc Chapoulie qui refuse qu'on le considère comme l'étendard pro-piratage. « Pour moi, ces films sont des objets d'étude, de questionnement de l'image en mouvement. Il y a une forme de pression de la part des industriels pour empêcher le débat, y compris dans le champ artistique. »*
>
> *Le Syndicat de l'édition vidéo ne l'entend pas de cette oreille. « L'artistique, il a bon dos. Peut-être que c'était artistique, peut-être pas... C'est trop facile. Pour nous, il s'agissait juste de voir de quoi il retournait », se défend Jean-Yves Mirski, délégué général du SEV qui accuse Chapoulie de « faire la promotion de la piraterie ». « Ces gens-là se trompent de cible, rétorque le commissaire, je ne fais pas l'apologie de cette*

---

[1] Le 29 janvier 2006, voir « Une séance à pirater » Libération du 25 janvier 2006, Marie Lechner.

[2] « L'éloge du plagiat n'a pas plu » Libération du 1er février 2006, Marie Lechner.

pratique, ce n'est pas mon sujet, je ne fais que constater que ça existe, à croire que c'est quelque chose qui ne peut pas être interrogé. L'histoire de l'art est faite de copies. Il faut arrêter ces discours moralisants, en art, il y a des gens qui font des thèses sur la copie, ce sont des discussions possibles, dès que ça sort de l'art, on n'a plus le droit d'en parler, parce que des industriels exercent une censure. Ces gens-là empêchent de penser ».

Christian Soulié, avocat du SEV tempère, « c'est une mesure de précaution car il y avait un risque éventuel qu'il y ait une infraction au droit d'auteur. L'objectif n'était pas d'interrompre la manifestation, un huissier qui débarque ainsi respecte les libertés fondamentales dont la liberté d'expression. Un constat d'huissier, cela ne préjuge de rien. Des huissiers, ce n'est pas la police! »

Virtuel et rematérialisation de l'original

Une solution artistique est donc d'investir les espaces virtuels eux-mêmes, par exemple à travers la production de *DVD'art*. Elle peut être également d'investir les espaces physiques issus de la modélisation virtuelle, en proposant des animaux génétiquement modifiés dans un but artistique. Eduardo Kac a ainsi revendiqué le transfert du gène de la fluorescence à un lapin, en 2000 avec l'Inra. Peu de temps après, une société aurait proposé des poissons d'aquarium lumineux issus d'une manipulation de ce type.

Eduardo Kac avait déjà tenté de réintégrer les principes du happening dans les problèmes posés par le développement de la télématique et de la biométrie, organisant des happenings en commandant un robot à distance de 1989 à 1998, ou en se faisant implanter une puce électronique en 1997, lui permettant d'être reconnu comme propriétaire de lui-même dans les bases de données recensant les animaux tatoués.

Les évolutions technologiques elles-mêmes ne sont pas sans effet sur l'analyse des œuvres, et, en particulier, des conditions de leur genèse[1]. La littérature n'a pas d'original. Elle a, néanmoins, des manuscrits dont l'étude des repentirs et des évolutions permet de mieux comprendre l'intentionnalité de l'auteur. La technique photographique a ouvert ce champ d'étude à la peinture et à la sculpture dont les différentes strates de contributions et d'essais peuvent être étudiées dans toutes les gammes du spectre, de l'ultraviolet à l'infrarouge et aux rayons X.

[1] Une telle approche peut exceptionnellement se retrouver au cinéma dans les termes propres au médium, par exemple quand on dispose d'enregistrements des directions du metteur en scène sur le plateau. Voir ainsi les amorces des prises de Night of the hunter (1955) de Charles Laughton.

Les techniques d'investigation et d'imagerie scientifique, médicale ou policière, développées parallèlement aux techniques utilisées pour les médias, ont permis d'affiner une lecture symptomatique et sémiotique du monde, pour établir des diagnoses, et inscrire dans le modèle autorial de l'art des œuvres qui, autrement, ne relèveraient que du statut anonyme des témoignages archéologiques.

Le développement des procédés cinématographiques eux-mêmes est souvent rapproché des recherches à visée scientifique sur la décomposition du mouvement menées au cours du XIXème siècle. Celles-ci ont eu également une certaine incidence sur la représentation du mouvement dans les arts figuratifs. On ne peut manquer de remarquer l'étrange similitude entre les prises de vues de Marrey et Muybridge et les possibilités de démultiplication des arrêts sur image qu'offrent l'informatique et la vidéo par rapport à la télévision : les photogrammes dévoilant la nudité partielle de Mallaury Nataf semblent s'inscrire dans le même mouvement que la danseuse de Muybridge.

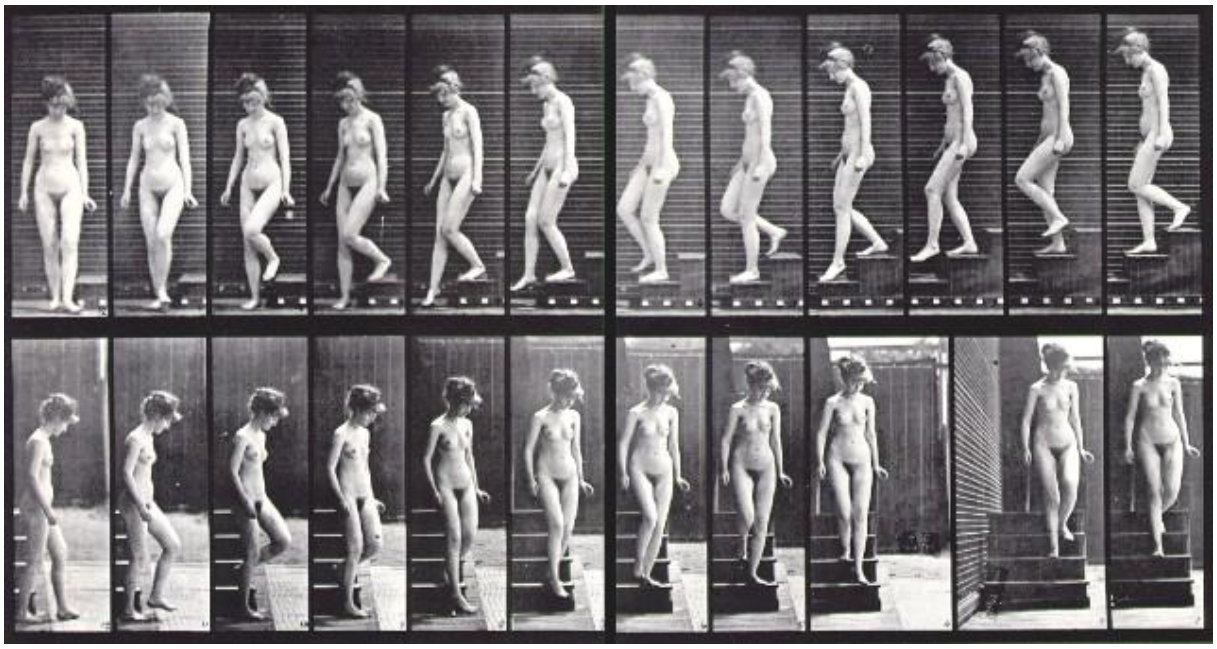
L'art du XXème siècle s'intègre peut être lui-même entièrement dans le champ d'influence du cinéma : c'est un aspect qui sous-tend par exemple l'exposition Le Mouvement des Images à Paris en 2006[1].

Mais alors que l'évolution des techniques photographiques a permis d'élargir le champ des investigations sur la genèse des œuvres, l'informatique risque de restreindre cette possibilité.

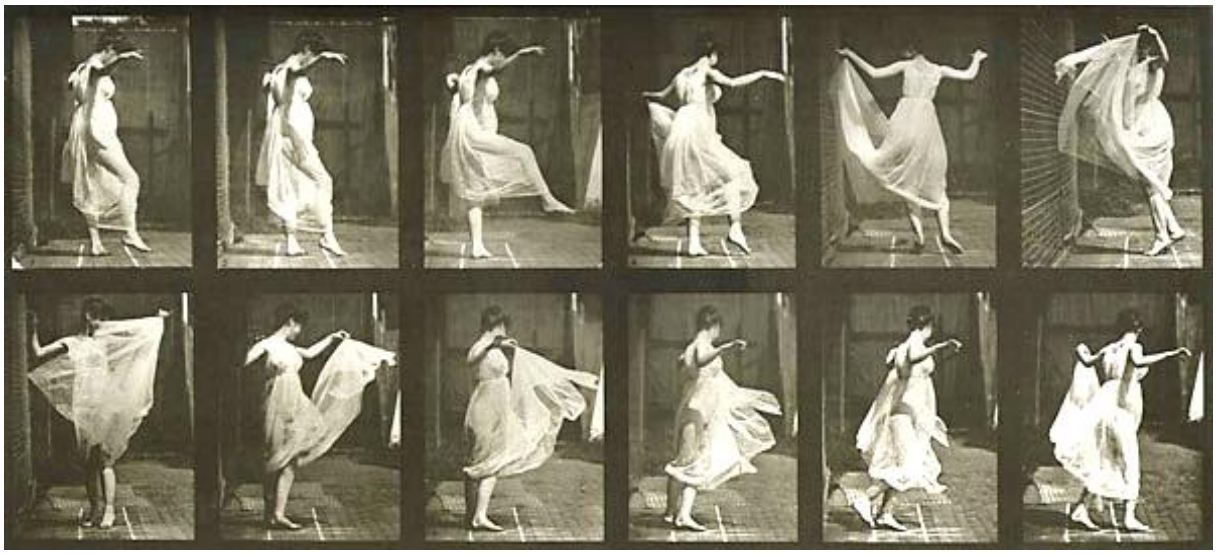
Du fait de l'évolution des outils de création et de l'informatisation personnelle, les manuscrits disparaissent comme disparaissent les esquisses ou les story-boards originaux. Peut-être serait-il plus pertinent d'utiliser les bibliothèques numériques pour archiver les disques durs des écrivains ou des graphistes et des cinéastes, plutôt que pour enregistrer quelques pages du *web*, comme cela a pu être proposé parmi les questions d'archivage induites par les nouvelles technologies. Les techniques qui servent à scanner les disques durs des personnes accusées de téléchargements illicites seraient ainsi au service d'une nouvelle *informatique* de la *poétique des œuvres*. Les technologies développées pour contrôler les usagers permettraient d'affiner notre connaissance des processus de création.

[1] Le mouvement des Images au Musée d'Art Moderne, Centre Pompidou, du 5 avril 2006 au 29 janvier 2007, avec le mécénat de Canal Plus, « relecture de l'art du XXème siècle à partir du cinéma », suivant le texte de présentation, exposition complétée par l'édition d'un DVD et une programmation cinématographique spécifique dans le cadre des cycles cinéma du Centre. Commissaire de l'exposition : Philippe-Alain Michaud.

Décomposition du mouvement : Muybridge, Marey, Duchamp



Eadweard Muybridge, Woman descending stairs



Eadweard Muybridge, Dancer

Humans figures in motion, portfolio publié par l'Université de Pennsylvanie, 1887

Marcel Duchamp, Nu descendant un escalier (n°2), 1912, Philadelphia Museum of Art

Etienne-Jules Marey, études sur la locomotion, 1882

The Photographer, opéra « multimédia » (projection d'un diaporama en fond de scène)

Philip Glass, 1982. Pochette du disque, d'après Muybridge

Informatique et poétique de la télévision

La question des contrôles technologiques repose en effet la question de l'autonomie du sujet, de la fondation et de la reproduction de l'acte créateur, des nouvelles formes de résistance qu'il faudra, peut-être, mettre en place pour échapper à la surveillance systématique liée aux logiques de passage d'un système d'offre à un système de demande.

Le sujet, après s'être émancipé en tant que lecteur et spectateur capable de jugement, doit peut-être encore s'émanciper du statut d'auteur qui était lié à la constitution d'un marché particulier.

Le personnage de l'auteur romantique, comme l'affichage de ses habitus ou la figuration de son intériorité créatrice, relève largement de questions de posture[1]. En littérature, le genre romanesque n'a pu être intégré aux domaines valorisés culturellement qu'en se distinguant radicalement du feuilleton populaire.

De la même façon, la reconnaissance du statut d'auteur des créateurs de documents cinématographiques ou audiovisuels ne s'est faite qu'assez progressivement, par l'effacement de la dimension collective de la création et l'affirmation de styles propres et de *signatures*[2].

À la télévision, pour des impératifs économiques, et des questions de positionnements inversées par rapport à celles du champ artistique et culturel légitime, ces aspects autoriaux sont demeurés secondaires. Les écoles artistiques télévisuelles, comme celle des Buttes-Chaumont, ont pu poser des invariants formels, sans pour autant imposer un mode de lecture artistique de la télévision.

Or, la convergence des médias a favorisé des pratiques d'usage particulières, liées aux développements des moyens techniques à la disposition des téléspectateurs. La réception ne peut plus être vue seulement comme un rite collectif déterminé par des horaires de diffusion précis et des choix de programmes limités. Les séries télévisées donnent lieu, par exemple, à des usages sociaux qui impliquent un travail critique assez élaboré de la part du téléspectateur.

---

[1] Voir par exemple la galerie des modelages caricaturaux du musée Carnavalet à Paris, en particulier ceux des poètes et des musiciens : Berlioz est représenté avec un crâne, une chevelure et un regard particulièrement amplifiés, comme l'image de Beethoven exalté utilisée par les groupes de vente de disques à distance dans leurs *mailings*, souvent reprise du portrait réalisé par Joseph Karl Stieler en 1820.

[2] Pierre Sorlin *Sociologie du cinéma* Aubier, Paris 1977.

Les modes quantitatifs de mesure des audiences et les études qualitatives ne peuvent complètement rendre compte de ce type de socialité. Une série télévisée est un programme très « coûteux » en terme d'implication ; son univers peut être très prégnant, le temps matériel de la réception est également très contraignant : on *entre* donc dans une série, un peu comme l'on entre en religion, et l'on en sort, soit quand sa diffusion cesse, soit quand on s'en lasse ou que l'on finit par y lire, ou, y décoder, des éléments d'un moindre intérêt. Un investissement coûteux doit pouvoir être justifié : les séries entraînent, de ce fait, une attention critique particulière et une tendance à la conversion de son entourage qui permettent à la fois de légitimer sa pratique et d'en faire un objet d'échange et de valorisation sociale.

Une série comme X-Files[1] peut relever par exemple de points d'entrée (et de sortie) très différents : l'intérêt (ou l'aversion) pour les histoires d'extraterrestres, pour les théories du complot, pour les références au cinéma de science-fiction des années 50, pour le genre des films de monstres, pour la culture des *comics*, pour l'imprégnation religieuse de la production américaine, pour l'eau et les souterrains, pour les références politiques implicites, pour l'intrigue sentimentale, pour l'auto parodie dans les séries télévisées, etc.

La déclinaison des programmes sériels sur différents supports, ainsi que leurs produits dérivés, permettent donc de prolonger la réception au-delà des horaires de diffusion et de disposer d'un matériau que l'on pourra utiliser soi-même à titre prosélyte et critique. Qui n'a pas quelques cassettes calées sur les meilleures séquences de ses séries préférées pour les faire découvrir à ses amis ? Qui ne va pas télécharger, légalement ou non, un épisode particulièrement parodique pour le diffuser ensuite à ses connaissances, en le copiant sur des CD ou en en faisant suivre des extraits choisis, par courrier électronique ou via les téléphones portables vidéo ? Qui résiste aux offres commerciales proposant des rééditions de ses programmes favoris, que ce soit en coffret luxueux, ou en parution sous *blister* en kiosque ?

Et qui résistera à la tentation de produire des parodies ou des détournements que permet l'intégration de tous les outils de montage, de doublage ou de retouche d'image dans un ordinateur personnel ? Se moquer est aussi une façon de sortir de la télévision.

[1] X-Files, aux frontières du réel, série créée aux Etats-Unis par Chris Carter, 200 épisodes de 43', un épisode de 90', diffusée entre 1993 et 2002 sur le réseau Fox, diffusée en France depuis 1994 sur Métropole Télévision.

La convergence des moyens audiovisuels et des moyens de communication amène à ré-interroger le rapport entre identité, unicité, copie, original, déclinaison, reproduction et création.

La réception, comme pratique sociale, impliquera de plus en plus l'utilisation de moyens homothétiques aux moyens de production – à moins que les évolutions légales n'interdisent expressément cette liberté d'usage.

Si l'on passe du droit d'auteur à un devoir de copie, la libéralisation du droit de copie aurait alors ce corollaire moral : le devoir d'être un créateur.

Il demeure que le créateur doit être en mesure de penser le mode de création des œuvres, afin de ne pas seulement reproduire les principes d'organisation du système – logiques de profit, de désintéressement, de validation de normes – pour que cette organisation ne demeure pas une fin, mais un moyen de connaissance. Il y a, indubitablement, beaucoup d'illusion dans le fait de croire échapper aux déterminismes économiques en renvoyant l'usager à son rôle créateur : le changement des modalités de circulation et de production des biens d'usage culturel n'entraînera pas forcément un changement des mouvements de reproduction sociale.

L'extension des possibilités de détournement – techniques et morales, les normes des producteurs et les normes de régulation perdant leur valeur de référence absolue – permet, néanmoins, à chacun, de lier questions esthétiques et politiques. Et d'en rire, publiquement, achevant ainsi le projet spectatoriel de la modernité.

Le rire est le phénomène humain de communication (définition réciproque), parallèle, dans la fête, à toutes les communications objectives : il est inextinguible à la table des dieux.

Michel Serres, *La Communication*

Annexes

Allocution du Président de la république Jacques Chirac à l'occasion des vœux aux forces vives

Palais de l'Elysée, Paris – Jeudi 5 janvier 2006[1].

Monsieur le Premier ministre,
Mesdames et messieurs les ministres,
Mesdames et messieurs,
En ce début d'année, je veux d'abord adresser et, de tout cœur, à chacune et à chacun d'entre vous, à vos familles, à vos proches, à vos collaborateurs, mes vœux les plus sincères, les plus chaleureux pour l'année 2006.
Dans un monde qui change et dont les changements sont à la fois technologiques, économiques, sociaux, culturels, identitaires. Alors que la mondialisation ne cesse de rebattre les cartes, la France a des atouts maîtres, et me semble t-il, elle n'en a pas toujours suffisamment conscience.
Elle est forte de ses grandes entreprises conquérantes, de ses succès industriels et scientifiques. Elle fait vivre ses valeurs, notamment l'exigence de cohésion sociale et de solidarité. Elle est à la pointe dans le monde des grands combats pour l'environnement ou pour l'aide au développement.
[…]
La France doit aussi être à la pointe des progrès technologiques. J'ai voulu relancer la politique industrielle et d'innovation. Nous avons mis en place les instruments : les pôles de compétitivité, l'Agence de la recherche, l'Agence de l'innovation industrielle. Il faut affirmer nos priorités nationales et y consacrer des moyens massifs. Il faut franchir maintenant des étapes décisives dans les secteurs du numérique et de l'énergie.
Le numérique, c'est une révolution industrielle, incomparablement plus rapide que les précédentes, et peut-être plus profonde.
Ses enjeux sont immenses. Économiques et sociaux, naturellement : déjà, un quart de la croissance s'effectue dans le numérique. Culturels aussi : aujourd'hui se dessine la nouvelle géographie des savoirs et des cultures. Demain, ce qui ne sera pas disponible en ligne risque de devenir invisible à l'échelle du monde.
Avec le numérique, de nouveaux dangers, c'est vrai, apparaissent : le cyber-terrorisme et la cyber-criminalité, les menaces pour les mineurs. Et il faut répondre, bien entendu, fermement à ces dangers. Mais s'affirment aussi de nouvelles promesses, comme celle d'une démocratie plus participative, le développement du commerce en ligne et, plus largement, de nouveaux services et la possibilité pour chacun d'accéder beaucoup plus facilement à l'information.
Notre pays, avec ses entreprises, ses scientifiques, ses créateurs, a pleinement engagé sa révolution numérique. En trois ans, nous sommes devenus l'un des premiers en Europe pour

---

[1] Communiqué officiel et retranscription : http://www.elysee.fr/elysee/francais/interventions/discours_et_declarations/2006/janvier/allocution_du_president_de_la_republique_a_l_occasion_des_voeux_aux_forces_vives.37533.html .

l'accès à l'Internet à haut débit. A la fin de cette année, 98 % de la population pourra en bénéficier. Mais c'est maintenant, avec la convergence, que l'essentiel va se jouer : de plus en plus, tous les contenus seront disponibles sur tous les réseaux. Les frontières traditionnelles entre les médias et les télécommunications, entre la télévision, le téléphone et l'Internet, sont vouées à disparaître et à disparaître rapidement.
Dans ce processus, la France peut faire la différence, devenir l'une des nations les plus avancées dans les technologies numériques. Pour cela, nous devons définir une nouvelle stratégie pour notre pays.
Le premier axe, c'est de créer dès maintenant les conditions du passage au très haut débit. C'est indispensable pour la compétitivité de nos entreprises. Pour cela, il faut permettre à tous les opérateurs de télécommunications qui le souhaitent de développer sur tout le territoire un réseau de fibres optiques.
Les moteurs de recherche sur Internet sont les portes d'accès au savoir numérique et au commerce électronique. Il faut relever le défi mondial des géants américains Google et Yahoo. Pour cela, nous allons lancer un moteur de recherche européen Quaéro, avec le soutien de l'Agence de l'innovation industrielle. L'enjeu, c'est de créer la nouvelle génération de moteurs de recherche : un moteur véritablement multimédia, c'est-à-dire intégrant, outre les textes, le son et l'image.
Et j'ajoute que nous allons également rendre disponible en ligne le patrimoine culturel de l'Europe grâce par la bibliothèque numérique européenne, dont la France a pris, vous le savez, l'initiative.
La bataille des contenus, c'est avec les créateurs que nous la gagnerons. Nous devons garantir leurs droits et leur juste rémunération, en trouvant un équilibre entre lutte contre le piratage et liberté des utilisateurs.
Ce qu'il faut, c'est favoriser le développement d'offres légales à prix raisonnable. C'est mettre en place des mesures techniques de protection mais en les encadrant pour garantir le droit essentiel de chacun à la copie privée. Et sortir de la logique de répression systématique des internautes, en se donnant les moyens d'agir contre les logiciels qui favorisent le piratage. La poursuite de la discussion parlementaire permettra, je le pense et je le souhaite, de trouver ce juste équilibre.
Enfin, nous devons être pionniers dans le développement de la télévision numérique et de technologies à très fort potentiel : développer un accès à haut débit à Internet en mobilité, et déployer, d'ici la mi-2007, la télévision sur mobiles et en haute définition.
Cela suppose de libérer les fréquences qui sont aujourd'hui utilisées pour diffuser la télévision analogique. L'objectif, c'est de basculer de la télévision analogique à la télévision numérique, et cela de manière progressive et d'ici cinq ans. Une mission pour la couverture numérique du territoire sera mise en place à cet effet. Elle devra veiller à ce qu'aucun de nos concitoyens ne reste à l'écart du bénéfice du numérique. Dès cette année, des essais en vraie grandeur seront réalisés dans certaines régions. Ces évolutions supposent de définir une stratégie concertée sur l'utilisation des fréquences en vue des prochaines échéances internationales. Elles supposent aussi d'adapter notre cadre juridique : une réforme de la loi de 1986 sur l'audiovisuel sera présentée en septembre.
[…]
Enfin, il faut préserver notre avance dans le nucléaire. Nous avons lancé l'EPR à Flamanville. Et c'est la France qui a été choisie pour implanter ITER : l'enjeu, c'est la domestication de l'énergie du soleil à l'horizon de la fin du siècle. Mais nous devons prendre, en attendant, de nouvelles initiatives : de nombreux pays travaillent sur la nouvelle génération de réacteurs, celle des années 2030-2040, qui produira moins de déchets et exploitera mieux les matières fissiles. J'ai décidé de lancer, dès maintenant, la conception, au sein du Commissariat à l'énergie atomique, d'un prototype de réacteur de 4ème génération, qui devra entrer en service

en 2020. Nous y associerons, naturellement, les partenaires industriels ou internationaux qui voudraient s'engager.
Pour conforter ces choix, il nous faut maintenant opter pour l'une des solutions proposées afin de stocker les déchets radioactifs. A l'issue du débat public en cours, le Parlement sera saisi d'un projet de loi, qui devra être voté avant la fin de l'été. Enfin, pour faire progresser encore la confiance, j'ai demandé au Gouvernement de créer par la loi sur la transparence nucléaire, dès cette année, une autorité indépendante chargée du contrôle de la sécurité nucléaire, de la radioprotection et de l'information.
[…]
Mesdames et messieurs,
De nouvelles aventures technologiques se préparent à l'évidence. Bien des géants industriels sont à créer, bien des défis sont à relever. Avec une base industrielle compétitive et une recherche de pointe, avec une économie mobile, réactive et en prise sur le monde, avec une société ouverte, diverse, et qui donne sa chance à chacun et permet à tous de progresser, nous avons les clés pour maîtriser le monde nouveau.
Et c'est ce vœu, que pour ma part, en ce début d'année, je fais pour la France.
Je vous remercie.

Principales références gouvernementales, para-gouvernementales et parlementaires relatives à la convergence, à l'audiovisuel et à la société de l'information, 2005 – 2000

Textes législatifs, projets de lois, rapports gouvernementaux précédant des propositions de lois, recommandations, directives, traités et conventions

Nota : Seules sont indiquées les principales phases législatives des lois promulguées. Le Sénat[1] *diffuse l'intégralité des textes relatifs à la promulgation des lois : projets initiaux, avis, rapports, rapports complémentaires, compte rendus des débats, textes adoptés après modification, décrets afférents, décisions éventuelles du Conseil Constitutionnel. Ces références sont reprises dans le texte ou dans les notes quand il y a lieu. Elles sont détaillées ou précisées dans la chronologie quand elles correspondent à des points étudiés en particulier. Les sources sont accessibles par lien hypertexte dans la version électronique du présent document.*

- Loi n°2006-961 du 1er août 2006 relative au droit d'auteur et aux droits voisins dans la société de l'information
  - Compte rendu intégral des débats en séance publique au Sénat (4 et 9 mai 2006) ; compte rendu analytique du 10 mai 2006 – scrutin public sur l'ensemble du texte
  - Rapport n°2349 déposé le 1er juin 2005 par M. Christian Vanneste, rapporteur
  - Compte rendu des discussions en séance publique du 20 décembre au 22 décembre 2005 et du 7 au 21 mars 2006 à l'Assemblée Nationale (vote prévu initialement le 14 mars)
  - Projet de loi relatif au droit d'auteur et aux droits voisins dans la société de l'information, n°1206, déposé le 12 novembre 2003 et renvoyé à la commission des lois constitutionnelles, de la législation et de l'administration générale de la république
- Loi n°2006-64 du 23 janvier 2006 relative à la lutte contre le terrorisme
- Présentation des résultats de la consultation publique lancée le 12 juillet 2005 par la Commission Européenne en vue de la révision de la directive « Télévision Sans Frontières », lors du séminaire organisé à Liverpool par la présidence britannique du Conseil de l'Union européenne (20 - 22 septembre 2005), Viviane Reding commissaire en charge de la Société de l'information et des Médias. A la suite d'une première consultation publique au printemps 2003 la Commission publie en 2004 une Communication sur

[1] Site du sénat avec le détail des étapes législatives : http://www.senat.fr/rapsen.html.

Les questions au gouvernement à propos des projets de lois peuvent être retrouvées sur le site de l'Assemblée Nationale : http://questions.assemblee-nationale.fr/.

l'avenir de la politique audiovisuelle précisant les premières orientations pour la révision de la directive. A partir des attendus de quatre groupes d'experts composés de représentants des industries concernées, la Commission diffuse des documents de réflexion invitant les parties intéressées à réagir avant le 5 septembre 2005, dans la perspective de la publication du texte de la future directive prévue pour la fin de l'année 2005[1] pour entrer en application en 2008 (plan i2010)

- Projet de réglementation « Protection de l'enfant et usages de l'Internet » réunion interministérielle du 31 août 2005, pour une annonce officielle le 22 septembre lors de la Conférence de la famille 2005
- Loi n° 2005-493 du 19 mai 2005 autorisant l'approbation de la convention sur la cybercriminalité
- Rapport Protection de l'enfant et usages de l'Internet, groupe de travail présidé par Joël Thoraval, président de la Commission nationale consultative des droits de l'Homme, rapport remis le 17 mai 2006à Philippe Douste-Blazy, ministre des Solidarités, de la Santé et de la Famille, travaux ouverts en janvier 2005
- Rapport sur la cybercriminalité, Thierry Breton. Ministère de l'Intérieur 13 avril 2005
- Projet de loi relatif au droit d'auteur et aux droits voisins dans la société de l'information dispositions portant transposition de la directive 2001/29 du 22 mai 2001 [2] sur l'harmonisation de certains aspects du droit d'auteur et des droits voisins dans la société de l'information, elle-même issue des engagements européens pris dans le cadre des deux traités de l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI) du 20 décembre 1996. Adopté en Conseil des Ministres le 12 novembre 2003, déposé à l'Assemblée Nationale en avril 2004 par le ministre de la Culture et de la Communication, Jean-Jacques Aillagon.
- Nouvelle loi « informatique et libertés » du 6 août 2004 (nouvelles dispositions de la loi du 6 janvier 1978).
- Loi n° 2004-669 du 9 juillet 2004[3] relative aux communications électroniques et aux services de communication audiovisuelle (*paquet télécoms*)
    - titre II : adaptations de la loi de 1986 relative à la liberté de communication quant à l'encadrement juridique des contenus des services audiovisuels et aux missions du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), en particulier par rapport à l'ART : régulation des contenus et des éditeurs pour le CSA, régulations économique et des réseaux pour l'ART.

---

[1] Cette révision doit en particulier prendre acte de la convergence, en incluant dans son champ d'application les services de diffusion numérique non prévus initialement dans la réglementation de la télédiffusion.

[2] La France a été condamnée par la Cour de Justice des Communautés Européennes, le 27 janvier 2005, pour la non-transposition de cette directive. Cette directive avait néanmoins été transcrite partiellement dans la loi sur la confiance dans l'économie numérique du 21 juin 2004 (en particulier les dispositions relatives à la suspension du contenu d'un service d'information du public en ligne portant atteinte à un droit d'auteur).

[3] Le ministère en charge des télécoms propose lui-même un historique des conditions d'adoption de cette loi : http://www.telecom.gouv.fr/telecom/index_ce.htm ; la France a en effet reçu un avertissement de la cour de justice des communautés européennes pour retard de transposition des directives en avril 2004, celles-ci entrant en vigueur le 25 juillet 2003. Du point de vue de la convergence, la loi propose la définition des « communications électroniques » en remplacement de la notion de « télécommunications ».

- art. 109 (II) : Inclusion de la protection de l'enfance et de l'adolescence dans la liste des principes justifiant la mise en place de limites à l'exercice de la liberté de communication audiovisuelle - Modification du 2e alinéa du IV de l'art. 1er de la loi n° 2004-575 du 21 juin 2004
- art. 111 : Disposition de coordination - Modification du dernier alinéa du IV de l'art. 6 de la loi n° 2004-575 du 21 juin 2004)

- Loi n° 2004-575 du 22 juin 2004 pour la confiance dans l'économie numérique.
- Loi n°2003-239 du 18 mars 2003. Loi pour la sécurité intérieure, aspects relatifs aux technologies de l'information.
- Décret n° 2003-1168 du 8 décembre 2003 portant création d'une délégation aux usages d'Internet.
- Projet de loi relatif aux communications électroniques et aux services de communication audiovisuelle n° 1055 de M. Francis Mer, ministre de l'économie, des finances et de l'industrie, déposé à l'Assemblée Nationale le 31 juillet 2003 (transcription du *paquet télécoms*, déposé au parlement en procédure accélérée [une seule lecture par chambre] après avertissement de la cour de justice européenne pour retard d'adoption).
- Arrêté du 23 juin 2003 portant création d'un traitement automatisé nommé « système d'information sur les réglementations techniques en Europe » (SYRTE) pour la mise en œuvre de la directive 98/34/CE du Parlement européen et du Conseil prévoyant une procédure d'information dans le domaine des normes et réglementations techniques et des règles relatives aux services de la société de l'information.
- Loi 2003-517 du 18 Juin 2003 relative à la rémunération au titre du prêt en bibliothèque et renforçant la protection sociale des auteurs.
- Recommandation de la CNIL relative au stockage et à l'utilisation du numéro de carte bancaire dans le secteur de la vente à distance (Délibération n° 2003-034 du 19 juin 2003).
- Projet de loi sur la cybercriminalité n°905 de Dominique de Villepin, Ministre des affaires étrangères, déposé à l'Assemblée Nationale le 11 juin 2003.
- Résolution du Conseil européen du 21 janvier 2002 sur le développement du secteur audiovisuel, faisant suite à la conférence sur l'audiovisuel (1998) et au livre vert sur la convergence (1997).
- Loi 2002-1094 du 29 août 2002. Loi d'orientation et de programmation pour la sécurité intérieure : aspects relatifs aux technologies de l'information.
- Décret n° 2002-709 du 2 mai 2002 pris pour l'application de l'article L. 141-4 du code monétaire et financier et relatif à l'Observatoire de la sécurité des cartes de paiement
- Plan « Reso 2007 » sur la « République numérique » présenté en novembre 2002 par le Premier ministre, émanation du plan « e-Europe 2005 »[1].

[1] La loi sur l'économie numérique (LEN) ainsi que la transcription du *paquet télécom* sont issues de ce plan.
L'initiative e-Europe est lancée en juin 2000 par le commissaire à la DGE, Erkki Liikanen.
Elle est complétée par un plan d'action le 24 mai 2000 « eEurope 2002 » approuvé par le conseil européen de Feira les 19 et 20 juin 2000, rapport final adopté le 12 février 2003.
Le plan d'action eEurope est complété en juin 2001 par le plan d'action « eEurope+ » lors du Conseil européen de Göteborg.

- Directives communautaires (*paquet télécoms*), issues de la consultation sur la convergence lancée en 1997 par la Commission européenne, adoptées en mars 2002 :
  - Directive relative à l'accès aux réseaux de communications électroniques et aux ressources associées (2002/19/CE) ;
  - Directive relative à l'autorisation de réseaux et de services de communications électroniques (2002/20/CE) ;
  - Directive relative à un cadre réglementaire commun pour les réseaux et les services de communications électroniques (2002/21/CE) ;
  - Directive concernant le service universel et les droits des utilisateurs à l'égard des réseaux et services de communications électroniques (2002/22/CE) ;
  - Directive concernant le traitement des données à caractère personnel et la protection de la vie privée dans le secteur des communications électroniques (2002/58/CE) ;
  - Directive relative à la concurrence dans les marchés des services de communications électroniques (2002/77/CE) ;
  - Décision relative à un cadre réglementaire pour la politique en matière de spectre radioélectrique dans la Communauté européenne (676/2002/CE).
- Loi n°2001-1062 du 15 novembre 2001 relative à la sécurité quotidienne
  - Art. 41 : Dépôt d'un rapport annuel du Gouvernement au Parlement sur la cybercriminalité
- Arrêté du 14 novembre 2001 portant organisation du comité d'orientation placé auprès de la mission pour l'économie numérique
- Décret n° 2001-1060 du 14 novembre 2001 portant création de la mission pour l'économie numérique ; Abrogation du décret n° 99-1048 du 14 décembre 1999 portant création d'une mission pour le commerce électronique
- Convention sur la cybercriminalité - Budapest 2001 Conseil de L'Europe
- Directive européenne 2001/29/CE du 22 mai 2001 : harmonisation de certains aspects du Droit d'auteur et droits voisins dans la société de l'information
- Loi n° 2000-719 du 1er août 2000 modifiant la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication (JO du 2 août 2000) : identification des éditeurs de services de communication en ligne et responsabilité des hébergeurs de ces services
- Projet de loi sur la société de l'information n°3143. Conseil des ministres, 13 juin 2000. Devenu caduc à la fin de la 11ème législature (changement de majorité parlementaire)
- Directive européenne sur le commerce électronique[1]. Parlement européen et conseil, 8 juin 2000 (directive 2000/31/CE)

Le Conseil européen de Barcelone des 15 et 16 mars 2002 invite la Commission à établir un nouveau plan d'action, intitulé « eEurope 2005 : une société de l'information pour tous », adopté par la Commission européenne le 29 mai 2002. Présenté au Conseil des ministres européens des télécommunications le 17 et 18 juin 2002, le Conseil européen de Séville approuve ce plan d'action les 21 et 22 juin 2002.
Il est prolongé par le plan e2010, présenté par la Commission en novembre 2004, incluant notamment la révision de la directive TSF, dans le cadre des « objectifs de Lisbonne ».

[1] Pour une consultation exhaustive des recommandations européennes du secteur : http://europa.eu.int/eur-lex/lex/fr/repert/1320.htm#132060.

- Conclusions du Conseil européen, du 27 septembre 1999, concernant les résultats de la consultation publique relative au Livre vert sur la convergence (en particulier les aspects liés aux médias et au secteur audiovisuel)
- Conclusions du Conseil européen du 24 septembre 1998 concernant la Conférence européenne de l'audiovisuel : « Défis et possibilités de l'ère numérique » organisée à Birmingham du 6 au 8 avril 1998
- Livre vert de la Commission européenne sur « la convergence des secteurs des télécommunications, des médias et des technologies de l'information, et les implications pour la réglementation » décembre 1997[1]

Informations gouvernementales

Services du Premier ministre, organismes rattachés, conseils :

- Télévision numérique et mobilité. Daniel Boudet De Montplaisir. Service du Premier ministre. Août 2005
- Des médiattitudes - Prospective sur la stratégie de l'État dans les mutations des médias. Bernard Benyamin, Sylvie Benard. Commissariat général du plan. 22 juin 2005
- Télévision numérique et haute définition. Daniel Boudet de Montplaisir, Gilles Bregant, Cécile Dubarry. Service du Premier ministre. 25 octobre 2004
- La Société de l'information (Les rapports du Conseil d'analyse économique, n° 47). Nicolas Curien, Pierre-Alain Muet. Conseil d'analyse économique. 6 mai 2004
- Du droit et des libertés sur l'Internet. La corégulation, contribution française pour une régulation mondiale. Rapport remis au Premier ministre par Christian Paul, député de la Nièvre, le 29 juin 2000

Forum des droits sur Internet[2]

- Mandat du Premier ministre : lettre de mission pour établir le cahier des charges d'un label « Famille ». Conférence de la famille du 22 septembre 2005
- Recommandation du Forum des droits sur l'Internet : « Liens commerciaux » 26 juillet 2005

Portail audiovisuel : http://europa.eu.int/pol/av/index_fr.htm ;
DG éducation et culture : http://europa.eu.int/comm/dgs/education_culture/index_fr.htm
Portail société de l'information : http://europa.eu.int/pol/infso/index_fr.htm
DG société et média : http://europa.eu.int/comm/dgs/information_society/text_en.htm

[1] Suivant le livre vert, les principaux obstacles à la convergence se situent dans la réglementation, qui doit être unifiée et simplifiée, ce qui est donc synonyme de « libéralisation du secteur ». En particulier, il convient d'aménager les législations anti-concentration et les règles de la concurrence, au sens où les nouveaux services et les progrès technologiques impliquent de permettre la constitution de groupes « convergents » englobant ces différents secteurs avec un poids économique suffisant.

[2] Association loi 1901, issue des recommandations du rapport du Conseil d'État de 1998 intitulé « Internet et les réseaux numériques » et du rapport établi par Christian Paul, député, à la demande du premier ministre, « Du droit et des libertés sur Internet », juillet 2000. Le forum est institué en décembre 2000.

Le forum propose par ailleurs un état détaillé de la jurisprudence relative à Internet : http://www.foruminternet.org/documents/jurisprudence/dossier.phtml?id_dossier=16&PHPSESSID=ce5140ad18864a4659b2de705f2cbc91 .

- Les paiements sur l'Internet : deuxième rapport de l'Observatoire de la Cyber-consommation 21 mai 2005
- Lettre de mission du Premier ministre pour la création d'un groupe de travail « certificat citoyen » sur Internet 23 avril 2005
- Recommandation : « Les Enfants du Net (2) - Pédo-pornographie et pédophilie sur l'Internet » remis à Philippe Douste-Blazy, ministre des Solidarités, de la santé et de la famille le 25 janvier 2005
- Recommandation du Forum des droits sur l'Internet : « Les Enfants du Net (1) - Les mineurs et les contenus préjudiciables sur l'Internet » remise à Christian Jacob, ministre délégué à la Famille 11 février 2004
- Recommandation du Forum des droits sur l'Internet : « Quelle responsabilité pour les organisateurs de forums de discussion sur le Web? » 23 octobre 2003
- Recommandation : hyperliens, statut juridique 6 mars 2003
- Recommandation : projet de loi pour la confiance dans l'économie numérique 6 février 2003

Mission pour l'économie numérique (ministère de l'économie) :

- Tableaux de bord

Direction des télécommunications (ministère de l'économie, industrie, DGE) :

- Etude sur le haut débit, mars 2006
- L'Arrivée de la TVHD en France : opportunités économiques pour les acteurs et scénarios d'introduction, cabinet NPA Conseil 2005
- Compétitivité du secteur des TIC en France IDATE / Rexecode 2005
- Rapport prospectif 2003-2007 quant au marché français des technologies de l'information, BIPE 2004
- L'industrie électronique et du multimédia comme support de services : de nouvelles sources de création de valeur ? Observatoire des Stratégies Industrielles 2004
- Les Stratégies des firmes dans les industries du multimédia - 10 ans d'opération de rapprochement 1993 - 2003 Observatoire des Stratégies Industrielles 2003
- Les Enjeux du déploiement du protocole IPv6 - Rapport Final - DIGITIP / Idate – 2002[1]
- Les Modèles économiques de portails (Synthèse et rapport) CERNA / DIGITIP. Avril 2001
- Réseaux à hauts débits : nouveaux contenus, nouveaux usages, nouveaux services. Rapport de Jean-Charles Bourdier, remis à Christian Pierret, le 19 septembre 2000.

[1] Protocole permettant en particulier la diffusion de programmes de télévision, utilisé pour cela en ADSL, avec des conséquences particulières (le nombre d'abonnés regardant un programme est connu et peut donner lieu à une exploitation statistique proche de l'audimétrie).

- Initiative Internet du futur . Mission conduite par Jean-Claude Merlin et Gérard Roucairol avec Olivier Castaignède et Olivier Nora dans le cadre du Réseau National de la Recherche en Télécommunications (RNRT)
- Technologies clés 2005 : Passer de la science au marché par la technologie, septembre 2000

Ministère de la culture et de la communication :

- Le développement de la vidéo à la demande en France et en Europe, Laure Lucchesi, cabinet NPA Conseil, avril 2006
- Le Téléchargement sur les réseaux de pair à pair. Enquête, Département étude et prospective, ministère de la culture, juin 2005
- Rapport d'étude sur les solutions de filtrage des échanges de musique sur Internet, dans le cadre de la charte pour le développement de l'offre légale de musique en ligne, le respect de la propriété intellectuelle et la lutte contre la piraterie numérique. Antoine Brugidou, Gilles Kahn. Ministère de la culture et de la communication, Ministère de la recherche 11 mars 2005
- Relations entre télédiffuseurs et filière musicale. Véronique Cayla. Rapport, Ministère de la culture et de la communication, janvier 2005
- Rapport Violence et télévision remis par Blandine Kriegel au Ministre de la culture et de la communication le 14 novembre 2002
- Les Biens culturels éditoriaux et le commerce électronique. Enquête, Département étude et prospective, ministère de la culture, juin 2000

Ministère de l'éducation :

- Rapport de la commission du débat national sur l'avenir de l'école, sous la direction de Claude Thélot, commission instituée le 15 septembre 2003, rapport rendu public le 12 octobre 2004

Institut de France :

- Jeunes, éducation et violence à la télévision, rapport établi sous la direction de Jean Cluzel, Académie des sciences morales et politiques, actes du colloque tenu le 29 avril 2003 à la Fondation Singer-Polignac

Informations parlementaires

- Rapport d'information déposé par la commission des affaires culturelles, familiales et sociales sur les missions du service public de l'audiovisuel et l'offre de programmes présenté par Dominique Richard, député. Enregistré à la présidence de l'assemblée nationale le 1er mars 2006
- Rapport d'information fait au nom de la Délégation du Sénat pour la planification sur l'évaluation de l'impact de la libéralisation de la publicité télévisée et les perspectives ainsi ouvertes pour l'ensemble des acteurs concernés. Les Rapports du Sénat, n° 413 Philippe Leroy. Sénat. Délégation pour la planification 21 juin 2005
- Rapport d'information fait au nom de la Commission des affaires culturelles sur la concentration des médias en France. Les Rapports du Sénat, n° 468 Actes de la journée

thématique organisée au Sénat le 9 juin 2005. Jacques Valade. Sénat. Commission des affaires culturelles

- Rapport d'information sur la redevance audiovisuelle n° 1019, 10 juillet 2003, Patrice Martin-Lalande commission des finances, de l'économie générale et du plan, Assemblée nationale.
- La télévision pour quoi faire ? Rapport d'information 352 (2002 - 2003). Commission des affaires culturelles, Jacques Valade, Sénat, actes du colloque du 19 mars 2003
- Des pyramides du pouvoir aux réseaux de savoirs tome I / tome II. Rapport d'information 331 (1997 - 1998). Commission des Finances, René Trégouët, Sénat

Autorités de régulation

ARCEP / ART : rapports annuels ; communiqués

- La diffusion des technologies de l'information dans la société française. Etude Crédoc / Baromètre de décembre 2004
- Etude relative aux services multimédias mobiles. Cabinet Analysys juin 2003
- Internet : bilan du marché français (1997-2003) mars 2003
- L'Economie du câble en France. Etude JLM Conseil 2002

CSA :

- Rapports annuels
- Communiqués
  - Révision de la directive TSF : Recommandations, septembre 2005

CNIL :

- Rapports annuels
- Communiqués

Cour des comptes

- Rapport public 2005. Première partie, effets des interventions de la Cour des comptes, point n°10 : France Télévisions publicité - les nouveaux contrats d'échange
- Rapport public 2004. Deuxième partie, observations des juridictions financières, point n°8 : L'évolution du groupe France Télévisions
- Rapport public 2002. Deuxième partie, observations des juridictions financières, Chapitre VI partie I : L'action audiovisuelle extérieure depuis 1990
- Rapport public 2000. Deuxième partie, observations des juridictions financières, chapitre I point 2 : L'Institut national de l'audiovisuel
- Rapport public 1999. Chapitre VIII, entreprises publiques, point 27 : Les comptes et la gestion de la société française de production et de création audiovisuelles (SFP)
- Rapport public 1998. Chapitre V, observations concernant les entreprises publiques, point n°20 : La gestion de France Télévision

- Rapport public 1997. Chapitre IV, les entreprises publiques, point n°14 : La politique des programmes de France 2 : les contrats passés avec les animateurs-producteurs

Organismes internationaux

Nota : Publications et accès aux rapports public mais généralement payant. Les conclusions ne s'imposent pas directement aux gouvernements. Dans le cas des médias, ces organismes n'ont, à ces titres, pas une influence institutionnelle spécifique par rapport à des instituts de prospective ou à des cabinets de normalisation privés. À leur mission initiale de normalisation, assurée maintenant pour l'essentiel par des consortiums regroupant acteurs privés et publics internationaux, s'est en effet largement substitué un rôle d'information générale par le biais d'études sectorielles proposées en souscription.

Union Internationale des Télécommunications

- Sommet mondial pour la société de l'information, deuxième phase (UIT / ONU), Tunis, 16 au 18 novembre 2005
- Sommet mondial sur la société de l'information, première phase, déclaration de principes, UIT / ONU Genève 10 au 12 novembre 2003

UER :

- Communiqués
- « Diffusion » publication semestrielle de l'UER
- Annuaire annuel
- Revue Technique

Observatoire européen des médias

- Publications
- Iris – Observations juridiques

OCDE

- Publications TIC et économie de l'information
- Technologies de l'information et des communications : Perspectives OCDE
  - 2005 / 2004 / 2003 / 2002 / 2000 [1]

[1] Document 2001 non trouvé.

Bibliographie

Adorno, Theodor : *Modèles critiques* Payot, Paris 1984

Austin, John Langshaw : *Quand Dire c'est faire* Seuil, Paris 1970

Balandier, Georges : *Anthropologie politique* Quadridge, PUF, Paris 1984

Barthes, Roland : *Éléments de sémiologie* Médiations, Paris 1965

Barthes, Roland *: Mythologies* Seuil, Paris 1970

Barthes, Roland : *S/Z* Seuil, Paris 1976

Barthes, Roland *: Le Plaisir du texte* Seuil, Paris 1982

Barthes, Roland *: Le Bruissement de la langue, Essais critiques I* Seuil, Paris 1984

Baudrillard, Jean : *Pour Une Critique de l'économie politique du signe*, Gallimard, Paris 1972

Baudrillard, Jean : *L'Échange symbolique et la mort* Gallimard, Paris 1976

Baudrillard, Jean : *De La Séduction* Galilée, Paris 1979

Baudrillard, Jean : *Simulacre et simulation* Galilée, Paris 1981

Baudrillard, Jean : *À L'Ombre des majorités silencieuses* Denoël, Paris 1982

Baudrillard, Jean : *L'Illusion de la fin* Galilée, Paris 1992

Bautier, Roger : *De La Rhétorique à la communication* Communication, Média & Société, PUG, Grenoble 1994

Bautier, Roger & Cazenave, Elisabeth : *Les Origines d'une conception moderne de la communication. Gouverner l'opinion au XIXème siècle* PUG, Grenoble 2000

Becker, William H. & Mc Clenahan, William M. Jr. : *The Market, the State, and the Export-Import Bank of the United States, 1934-2001*, New York, Cambridge University Press 2003

Bertho-Lavenir, Catherine : *Télégraphes et téléphones, de Valmy au microprocesseur* Le livre de poche, Paris 1981

Bertho-Lavenir, Catherine : *Histoire des télécommunications en France* Érès, Toulouse 1984

Bertho-Lavenir, Catherine : *La Démocratie et les médias au 20ème siècle* U, Armand Colin Paris 2000

Bertho-Lavenir, Catherine & Barbier, Frédéric : *Histoire des médias de Diderot à Internet 3ème édition* U, Armand Colin Paris 2003

Boltanski, Luc & Thevenot, Laurent : *De La Justification, l'économie des grandeurs* Gallimard, Paris 1991

Borillo, Daniel & Lochak, Danièle (direction) : *La Liberté sexuelle* PUF, Paris 2005

Bourdieu, Pierre : *La Distinction, critique sociale du jugement* Minuit, Paris 1979

Bourdieu, Pierre : *Ce Que Parler veut dire* Fayard, Paris 1982

Bourdieu, Pierre : *Les Règles de l'art, genèse et structure du champ littéraire* Libre examen, Seuil, Paris 1992

Bourdieu, Pierre : *Sur La Télévision* Liber - Raisons d'agir, Paris 1996

Bourdieu, Pierre : *Contre-feux* Liber - Raison d'agir, Paris 1998

Bourdieu, Pierre : *Propos sur le champ politique* PUL, Lyon 2000

Bourdieu, Pierre : *Esquisse pour une auto-analyse* Cours & Travaux, Raison d'agir, Paris 2004

Bourdon, Jérôme : *Haute fidélité. Pouvoir et télévision 1935 - 1994* L'Épreuve des faits, Seuil, Paris 1994

Bourdon, Jérôme & Jost, François : *Penser la télévision* Ina / Nathan, Paris 1998

Braudel, Fernand : *Civilisation matérielle et capitalisme, XV - XVIII*ème *siècle, tome trois, Le temps du monde* Armand Colin, Paris, 1979

Braudel, Fernand : *Dynamique du capitalisme* Flammarion, Paris 1985

Breton, Philippe & Proulx, Serge : *L'Explosion de la communication. A l'aube du XXI siècle* La Découverte, Paris 1989

Breton, Philippe : *La Tribu informatique* Traversées, Métailié, Paris 1990

Breton, Philippe : *L'Utopie de la communication : le mythe du village planétaire* La Découverte, Paris 1997

Buckingham, David : *After the Death of Childhood. Growing Up in the Age of Electronic Media*, Polity, Cambridge 2000

Calbo, Stéphane : *Réception télévisuelle et affectivité* l'Harmattan, Paris 1998

Casetti, Francesco : *Les Théories du cinéma depuis 1945* Nathan, Paris 2000

Castells, Manuel : *La Société en réseaux. L'ère de l'information* Fayard, Paris 1988

Certeau, Michel de : *L'Invention du quotidien I* Arts de faire, Gallimard, Paris, 1990

Chalvon-Demersay, Sabine & Pasquier, Dominique : *Drôles de stars : la télévision des animateurs* Aubier, Paris 1990

Chalvon-Demersay, Sabine : *Mille scénarios, une fiction : enquête sur l'imagination en temps de crise* Leçons de choses, Metailié, Paris 1994

Chartier, Roger : *Culture écrite et société : l'ordre des livres (XIVe-XVIIIe siècles)* Bibliothèque Histoire, Albin Michel, Paris 1997

Couchot, Edmond & Hillaire, Norbert : *L'Art numérique* Champs, Flammarion, Paris 2005

Creton, Laurent (direction) : *Le Cinéma & l'argent* Nathan, Paris 2000

Creton, Laurent (direction) : *Le Cinéma à l'épreuve du système télévisuel* CNRS, Paris 2002

Creton, Laurent (et collaborateurs) : *Histoire économique du cinéma français* CNRS, Paris 2004

Dayan, Daniel : *Western graffiti* Bibliothèque des signes, Clancier-Guenaud, Paris 1983

Dayan, Daniel & Katz, Elihu : *La Télévision cérémonielle* PUF, Paris 1996

Dayan, Daniel (direction) : *La terreur spectacle. Terrorisme et télévision* Ina / De Boeck, Bry sur Marne / Bruxelles 2006

Debord, Guy : *La société du spectacle : la théorie situationniste*, Buchet Chastel, Paris 1971

Debord, Guy : *Commentaires sur la société du spectacle*, Champ libre, Gérard Lebovici, Paris 1988

Delavaud, Gilles (direction) : *Un Siècle de télévision, anticipation, utopie, prospective* Dossiers de l'audiovisuel n°112, INA / Documentation française, Bry sur Marne / Aubervillers 2004

Deleuze, Gilles & Guattari, Félix : *Mille Plateaux* Minuit, Paris 1980

Deleuze, Gilles : *Foucault* Minuit, Paris 1986

Deleuze, Gilles : *Pourparlers* Minuit, Paris 1990

Derville, Grégory : *Pouvoir des médias. Mythes et réalités* PUG, Grenoble 1997

Duchet, Chantal : *Publicité et télévision : regards croisés* Autre Monde, Paris 2006

Ducrot, Oswald : *Les Mots du discours* Le Sens Commun, Minuit, Paris 1980

Ducrot, Oswald : *Esquisse d'une théorie polyphonique de l'énonciation, Le Dire et le dit,* Minuit, Paris 1984

Eco, Umberto : *L'Œuvre ouverte* Seuil, Paris 1965

Eco, Umberto : *La Structure absente* Mercure de France, Paris 1972

Eco, Umberto : *Lector in Fabula* Grasset, Paris 1979

Eco, Umberto : *La Guerre du faux* Grasset, Paris 1985

Edelman, Bernard : *La Propriété littéraire et artistique* Que sais-je ? PUF, Paris 1989

Edelman, Bernard : *Droits d'auteur, droits voisins : droit d'auteur et marché* Dalloz, Paris 1993

Encrevé, Pierre & Lagrave, Rose-Marie (direction) : *Travailler avec Bourdieu* Flammarion, Paris 2003

Farchy, Joëlle : *La Fin de l'exception culturelle* CNRS, Paris 1999

Farchy, Joëlle : *Internet et le droit d'auteur* CNRS, Paris 2003

Flichy, Patrice : *Les Industries de l'imaginaire* PUG, Grenoble 1980

Flichy, Patrice : *Une Histoire de la communication moderne* Histoire des sciences, La Découverte, Paris 1991

Floch, Jean-Marie : *Petites Mythologies de l'œil et de l'esprit. Pour une sémiotique plastique* Actes sémiotiques, Hadès-Benjamins, Paris 1985

Foucault, Michel : *Les Mots et les Choses. Une archéologie des sciences humaines* Gallimard, Paris 1966

Foucault, Michel : *Surveiller et punir* Gallimard, Paris 1975

Foucault, Michel : *Le Souci de soi. Histoire de la sexualité III* Gallimard, Paris 1984

Fourmentraux, Jean-Paul : *Art et Internet, Les nouvelles figures de la création* CNRS Communication, Paris 2005

Genette, Gérard : *Introduction à l'architexte* Seuil, Paris, 1979

Girardet, Raoul : *Mythes et mythologies politiques* Seuil, Paris 1986

Greimas, Algvidas Julien : *Du Sens, essais sémiotiques* Seuil, Paris 1970

Greimas, Algvidas Julien : *Sémiotique et science sociale* Seuil, Paris 1976

Habermas, Jürgen : *La Technique et la science comme idéologie* Médiations, Denoël, Paris 1973

Habermas, Jürgen : *L'Espace public* Payot, Paris 1978

Habermas, Jürgen : *Raison et légitimité, problèmes de légitimation dans le capitalisme avancé* Payot, Paris 1978

Habermas, Jürgen : *Théorie de l'agir communicationnel* (2 tomes) Fayard, Paris 1981

Habermas, Jürgen : *Droit et Démocratie* Gallimard, Paris 1992

Habermas, Jürgen : *L'Ethique de la discussion* Cerf, Paris 1992

Habermas, Jürgen : *Textes et contextes* Cerf, Paris 1994

Habermas, Jürgen : *L'Avenir de la nature humaine. Vers un eugénisme libéral ?* NRF essais, Gallimard, Paris 2002

Hennion, Antoine : *Les Professionnels du disque; une sociologie des variétés* Métailié, Paris 1981

Hennion, Antoine : *Comment la musique vient aux enfants* Anthropos, Paris 1994

Jenkins, Henry *Textual Poachers, Television Fans and Participatory Callers* Routledge, New York, 1992

Jost, François : *Introduction à l'analyse de la télévision* Ellipses, Paris 1999

Jost, François : *L'Empire du Loft* La Dispute, Paris 2002

Kerbrat Orecchioni, Catherine : *L'Énonciation : de la subjectivité dans le langage* Armand Colin, Paris 1980

Kerbrat Orecchioni, Catherine : *Les Interactions verbales* (3 volumes), Armand Colin, Paris 1990 1992 1994.

Latour, Bruno : *Aramis, ou l'amour des techniques* Anthropologie des sciences et des techniques, La Découverte, Paris 1992

Latour, Bruno & Weibel, Peter (direction) : *Making Things Public – Atmospheres of Democracy* MIT Press, Cambridge (Massachusetts) – Zentrum für Kunst und Medientechnologie, Karlsruhe 2005

Latour, Bruno : *Changer de société – Refaire la sociologie* La Découverte, Paris 2006

Le Bon, Gustave : *Psychologie des foules* Alcan, Paris 1906

Le Diberder, Alain & Coste-Cerdan, Nathalie : *Briser les chaînes, introduction à l'après télévision* La Découverte, Paris 1988

Lehu, Jean-Marc : *Stratégiedemarque.com : concevoir, protéger et gérer la marque sur Internet*, éditions d'Organisation Paris 2001

Lévy, Pierre : *Les Technologies de l'intelligence* Sciences et société La Découverte, Paris 1990

Lévy, Pierre : *L'intelligence collective. Pour une anthropologie du cyberspace* Sciences et société, La Découverte, Paris 1994

Lévy, Pierre : *Qu'est-ce que le virtuel ?* Sciences et société, La Découverte, Paris 1995

Lochard, Guy & Boyer, Henri : *La Banlieue à la télévision française, genèse et métamorphose d'un traitement médiatique* Mémoires de télévision, l'Harmattan / INA Paris 1998

Lyotard, Jean-François : *La Condition postmoderne* Minuit, Paris 1979

Mattelart, Armand & Michèle : *Penser les médias* La Découverte, Paris 1986

Mattelart, Tristan : *Le Cheval de Troie audiovisuel. Le rideau de fer à l'épreuve des radios et télévisions transfrontières* PUG, Grenoble, 1995

Mc Luhan, Marshall & Fiore, Quentin : *Message et Massage* Jean-Jacques Pauvert, Paris 1968

Mc Luhan, Marshall : *Pour Comprendre les médias* Seuil, Paris 1968

Mc Luhan, Marshall : *La Galaxie Gutenberg. Face à l'ère électronique, les civilisations de l'âge oral à l'imprimerie* Seuil, Paris 1972

Mehl, Dominique : *La Fenêtre et le miroir, la télévision et ses programmes* Payot, Paris 1992

Mehl, Dominique : *La Télévision de l'intimité* Seuil, Paris 1996

Mehl, Dominique : *La Bonne Parole* La Martinière, Paris 2003

Meizoz, Jérôme : *L'Âge du roman parlant* Droz, Genève 2001

Meizoz, Jérôme : *L'Œil sociologue et la littérature*, Slatkine Erudition, Genève 2004

Mendras, Henri et Forsé, Michel : *Le Changement social* U, Armand Colin, Paris 1983

Metz, Christian : *L'Énonciation impersonnelle ou le site du film* Méridiens Klincksieck, Paris 1991

Meyrowitz, Joshua : *No Sense of place. The impact of electronic media on social behaviour* Oxford University Press, New York 1985

Michaud, Yves : *L'Art à l'état gazeux, essai sur le triomphe de l'esthétique* Hachette Pluriel, Paris 2004.

Miège, Bernard : *La Société conquise par la communication - la communication entre l'industrie et l'espace public* PUG, Grenoble 1999

Miège, Bernard : *Les Industries de contenu face à l'ordre informationnel* PUG, Grenoble 2000

Miège, Bernard (coordination) : *Questionner la société de l'information* Réseau n°101 volume 18, Hermès, Paris 2000

Munch, Beat : *Les Instructions référentielles dans les actualités télévisées, essai de typologie discursive* Peter Lang, Berne 1992

Musso, Pierre : *Berlusconi, le nouveau prince* éditions de l'Aube, Monde en cours, Paris 2004

Odin, Roger : *Cinéma et production de sens* Armand Colin, Paris 1990

Odin, Roger : *De La Fiction* De Boeck, Bruxelles 2000

Ogien, Ruwen : *Penser la pornographie* PUF, Paris 2003

Pasquier, Dominique : *La culture des sentiments*, la Maison des Sciences de l'Homme, Paris 1999

Pasquier, Dominique & Cefai, Daniel (direction) : *Penser le public* PUF, Paris 2003

Perriault, Jacques : *La Logique de l'usage* Flammarion, Paris 1989

Peters, John Durham : *Speaking into the air : a history of the idea of communication* University of Chicago Press, Chicago 2001

Pierrat, Emmanuel : *Le Sexe et la loi* Arléa, Paris 1996

Quéré, Louis : *Des Miroirs équivoques* Aubier, Paris 1982

Quéré, Louis & Flichy, Patrice (coordination) : *Communiquer à l'ère des Réseaux* Réseaux n°100 vol. 18, Hermès, Paris 2000

Radway, Janice : *Reading the romance : Women, patriarchy and popular literature* University of North Carolina Press, Chapel Hill 1984

Reynié, Dominique : *Le Triomphe de l'opinion publique ; l'espace public français* Odile Jacob, Paris 1998

Ricœur, Paul : *Temps et récit* L'ordre philosophique, Seuil, Paris 1983

Roqueplo, Philippe : *Penser la technique* Science ouverte, Seuil, Paris 1983

Rosanvallon, Pierre : *L'État en France, de 1789 à nos jours* l'Univers historique, Seuil, Paris 1990

Serres, Michel : *Hermès I, La Communication* Critique, Minuit, Paris 1968

Sfez, Lucien (direction) : *Science politique et interdisciplinarité* Presses universitaires de la Sorbonne, Paris 2003

Sontag, Susan : *Against Interpretation* University of California, Berkeley 1964

Souchon, Michel : *Petit Écran et grand public* La Documentation française, Paris 1980

Steiner, George : *Grammaires de la création* NRF Essais, Gallimard, Paris 2001

Tarde, Gabriel de : *L'Opinion et la foule* Alcan, Paris 1922

Thiesse, Anne-Marie : *La Création des identités nationales. Europe XVIIIe-XXe siècle* Seuil, Paris 1999

Todorov, Tzvetan : *Symbolisme et interprétation* Poétique, Seuil, Paris 1978

Todorov, Tzvetan : *Nous et les Autres* Couleur des idées, Seuil, Paris 1989

Todorov, Tzvetan : *Les Morales de l'histoire* Le collège de philosophie, Grasset, Paris 1991

Véron, Eliseo : *Construire l'événement* Minuit, Paris 1981

Vilches, Lorenzo : *La Télévision dans la vie quotidienne. État des savoirs* Médias et nouvelles technologies, Apogée, Rennes 1995

Virilio, Paul : *Cybermonde, la politique du pire* Textuel, Paris 1996

Weber, Max : *L'Éthique protestante et l'esprit du capitalisme* Recherches en Sciences humaines, Plon, Paris 1964

Wolton, Dominique : *Éloge du grand public. Une théorie critique de la télévision* Flammarion, Paris 1990

Wolton, Dominique, *Internet et après ? Une théorie critique des nouveaux médias* Paris, Flammarion 1999

Table

Illustrations

Second Life, objets virtuels d'une économie concrète 42
Convergence et divergence du cadre 47
Fountain, Alfred Stieglitz, 1917 48
Edison's telephonoscope, George du Maurier 53
Journal téléphonoscopique, Albert Robida 54
Logo Danone détourné 61
Logos Apple 65
Sonorama, 1958 121
Capture d'écran des pages Google avec le terme « voiture brûlée ». 150
Vrai faux virus 161
Détournements de publicités Total 164
Logo Esso détourné 167
Logo Areva détourné 169
Campagne Greenpeace contre Esso 170
Utilisation cinématographique de la mascotte Esso 175
Marianne bâillonnée, dessin de Jean Effel, mai 1968 230
Médias et Internet, la fin des secrets. Dessin de Chappatte 241
Ortf & crédibilité, mai 1968 247
Albrecht Dürer, Underweysung der Messung, 1525. 256
Quentin Metsys, Le Changeur et sa femme, école flamande, Musée du Louvre, 1514. 258
Logos Google modifiés en hommage à des artistes 260
Balthus, Château Monton Rothschild, 1993 261
Switchtime, logiciel d'analyse des audiences développé par la société Peaktime. 283
Fred Forest, La Photo du spectateur, 1976 284
Vœux présidentiels 2006, détournement 285
Janet Jackson et Sophie Marceau, 2004, 2005 287
Mallaury Nataf, 1994 291
Myriam, 1981 294
Elle, mai 2003 et mars 2006 297
De Degas à Jonvelle 299
Jean Effel, La Vie amoureuse d'Adam et Eve 306
Anton Solomoukha, I Fuck your TV, une émission sans écran 307
Couverture du journal Ravaillac, 2002 328
Reproduction de la troisième page du journal danois Jyllands-Posten du 30/09/2005 341
La Cène par l'agence Air Paris pour Marithé et François Girbaud, 2004 349
Inri, Bettina Rheims, 1998 350
Affiche du film Ave Maria, 1984 351
Louis-Philippe par Daumier et couverture du Charivari, 1834 354
Contre-caricatures 355
Sauvageon, 1749 375
Photographies de Nan Goldin, 1992, 2002 397
Logo Londsale détourné 452
Lego System et Soviet System 462
Star Wars Lego 464
Décomposition du mouvement : Muybridge, Marey, Duchamp 469

Schémas et tableaux

Diagrammes

1. Déterminantes pré-politiques du système p. 39
2. Espaces normatifs déterminants p. 94
3. Echelle culturelle (horizontal) p. 96
4. Dispositif télévisuel de production de parole p. 103
5. Figuration de la transgression comme réinscription de la norme p. 109
6. Emboîtement linéaire des processus énonciatifs du sport (horizontal) p. 127
7. Eventail des références énonciatives du sport (horizontal) p. 128
8. Positionnement de programmes en fonction du rapport entre sujet et énonciateur p. 135
9. Choix stratégiques & d'entreprise des sociétés de média p. 180
10. Interaction des marchés financiers et symboliques de la télévision (horizontal) p. 201
11. La construction du méso-récit télévisuel (horizontal) p. 304
12. Convergence des médias et transformations de l'espace public (couleur) p. 390
13. Normes, espaces et champs de communication p.421
14. Marché d'offre ou marché de demande p. 434
15. Du concret au virtuel, enjeux sémantiques de la dématérialisation p. 457

Tableaux

I. Imprimerie, télévision, Internet et instances de contrôle p. 360
II. Médias oraux, rétroaction et limitation ou ritualisation de la violence p. 362

Plans

A. Principes d'organisation, d'après Habermas p. 34
B. Phases sociales, d'après Habermas p. 36
C. Stratégie graduelle de persuasion, d'après Merton p. 117
D. Phases sociales, d'après Meyrowitz p. 242
E. Incidence du type de capital financier disponible, d'après Becker p. 263
F. Âges, capital et phases sociales, synthétique p. 264
G. Apprentissage et circulation de la connaissance, d'après Duchet p. 272

PRÉAMBULE 3

Lire la convergence 5

INTRODUCTION 7

CONTEXTE 7

La télévision du futur 10

La télévision : Quelles rupture(s) pour quelle transformation(s) ? 13

Convergence des utopies : Utopie de la communication, utopie de la représentation 15

APPROCHE 18

Finalités 22

Argument 24

Première partie : transformations normatives. Usages symboliques 24

Deuxième partie : jeux d'inscription et d'occultation. Usages énonciatifs 26

Troisième partie : les portails. Usages économiques 27

Quatrième partie : l'encadrement des contenus. Usages réglementaires 28

Cinquième partie : espaces privés et publics. Usage politiques 29

1. ASPECTS SYMBOLIQUES 31

ESPACES SYMBOLIQUES, MARCHANDS, POLITIQUES 32

Phases 36

Le régime de la gratuité 40

La réversibilité de prestations symboliques 40

L'accès au capital 43

LE STATUT DE L'ŒUVRE 46

Œuvre et reproduction 48

La Fontaine de Duchamp 48

Des œuvres audiovisuelles à la dématérialisation 51

La divergence des médias 52

L'œuvre ou le texte 55

L'Auteur, acteur 56

L'Usager, créateur 57

L'œuvre ou la marque : une jurisprudence évolutive, une évolution disputée 60

Star Academy 60

Danone 61

Autonomie culturelle et droit des marques 63

L'œuvre ou l'auteur : la genèse difficile d'une loi qui échappe à ses propres auteurs 66

La nouvelle loi 70

Les DRM 71

Logiques industrielles contre logiques d'usage 75
Reprise du vote de la loi DADVSI 79
La licence globale 83
La rémunération de la copie 84
Un précédent, la rémunération du prêt en bibliothèque 86
Solutions alternatives 90

ESPACES NORMATIFS 91
Recombinaison de codes 92
Echelles culturelles 95

2. DIMENSION ÉNONCIATIVE 97

MATRICES D'ENGENDREMENT DE LA PAROLE 97

Le dispositif télévisuel 99
Postures électorales : le débat Chirac - Mitterrand 99

Dispositif et performance 100
De la performance aux controverses 104

AUTONOMIE ET POSITIONNEMENT : PARTICULARITÉS ÉNONCIATIVES DE LA TÉLÉVISION ET D'INTERNET 105

Énonciation télévisuelle, de la parole au corps 105
Les talks-shows 105
On Ne Peut pas plaire à tout le monde : énonciation de la norme 105
Tout le monde en parle : énonciation de l'autonomie 110
Ça Se Discute : énonciation de l'empathie 114
Les variétés 119
Le sport : énonciation de l'implication par emboîtement 123
Le cas des documentaires : complexité du rapport sujet / objet 129
Le réalisateur : disloquer pour unifier 130
S'éloigner pour se rapprocher 132
S'effacer pour se réinscrire 133
Le traitement des sujets d'actualité : distance ou caméra coup de poing 136
Télé-réalité 137
Position des énoncés 138
Énonciation et destination des actants 139
Filmé et filmeur, le choc de la rencontre 140
Le comique 142

Google : visibilité et identification de l'énonciateur sur Internet 147
Limites juridiques 151
Être « googlé » 152
Wikipedia et falsification 154

LES PORTAILS AUDIOVISUELS & MULTIMÉDIAS 156

Limites de la convergence entre service de diffusion et identité éditoriale 156

D'un moyen technique à une nouvelle entité éditoriale 157

Discours, altérité, territoire : vers un public messager 158

Vers un nouvel espace public ? 161

Esso 166

Réguler les récepteurs ou déréguler les vecteurs de messages ? 171

Réguler les récepteurs ou déréguler les vecteurs de messages ? 172

L'énonciation de la légitimité 172

L'intellectuel, messager paradoxal de la culture de masse 173

3. ENJEUX ÉCONOMIQUES 176

DU MÉDIA AU « PORTAIL » 176

Choix stratégiques, de l'audience à la capitalisation de l'image et à son investissement dans de nouveaux secteurs 177

Le télé-achat : finalité ou usage par défaut des nouvelles convergences ? 181

L'intégration multimédia 181

Indétermination technologique et détermination des usages 182

À qui s'adressent les discours sur la convergence ? 183

LE PORTAIL, INTERFACE MARKETING 184

Evolution des positions stratégiques 185

Portails techniques ou portails éditoriaux 186

Portails et offres de « communauté » 188

Communauté et protocoles de messagerie 188

La diffusion à la demande sur téléphones mobiles 191

L'occurrence de la convergence 192

Types de programmes et technologie de diffusion 193

La diffusion à la demande 195

ADSL ou mobile ? 196

TF1 et Canal Plus, images technologiques 197

La mise en place des nouvelles technologies d'accès aux contenus à la demande 198

Modélisation du rapport offre / demande dans la chaîne d'accès aux programmes 199

Initiatives publiques 202

Vidéothèques, bibliothèques, photothèques, cartothèques, logithèques virtuelles 203

Usages industriels de l'interactivité 205

Déterminations technologiques 206

ECONOMIE MARCHANDE ET ÉCONOMIE DU DISCOURS 208

Importance économique du télé-achat 209

Le multimédia comme offre marketing 213

Incidences de l'achat de programmes à la demande **214**
Service et télévision : le cas des portails « cinéma » 216
Dématérialisation, contenus et promotion 219
Information et promotion 222

4. INTERVENTIONS RÉGLEMENTAIRES 225

DESTINATION DE LA SIGNALÉTIQUE ANTI-VIOLENCE À LA TÉLÉVISION **225**
De la rumeur à la loi ? 227
Quelle violence ? **231**
Des effets modestes 231
La place de la télévision 234
Influence ou catharsis 235
Effets mécaniques ou effets énonciatifs 236

EFFETS ET TRANSPARENCE **237**
Âges et usages **239**
Phases 242
L'ancienne frontière **248**
Le foyer familial 249
Le point de vue des enfants 252

L'USAGE DE L'ÂGE **255**
Âges plastiques 255
Âges économiques 262
Âges idéologiques 265
Quel capital télévisuel ? **268**
L'âge des masses 271
Promouvoir un stoïcisme télévisuel ? 274
Le pouvoir de la télévision 275
Débordements 277
Polémiques et illégitimité de la télévision 280

RÉGIME DE VISIBILITÉ ET RÉGIME D'ÉNONCÉ **282**
Le spectateur et son modèle 285
Entre les images 288
Entrevue 290
Autour des images 302
Le pouvoir de désigner ce qu'Internet désignerait 308
La modalisation des médias **310**
Littéralité 317

5. CONSÉQUENCES JURIDIQUES 320

PRÉTEXTES OU ÉVOLUTIONS ? 321

Le « premier média des jeunes », le « dernier média des familles » ? 323
De la publication imprimée collective à la publication électronique individuelle 327
L'adolescent et le législateur 329
Vulnérabilité et publicité 330
Justifications cliniques 333
Anonymat et dépendance 335

Evolution de l'encadrement politique des médias 338
Censure et validité normative 339
Les caricatures 340
Presse & contre-censure 342
Médias et limites d'expression 348
Censure et humour 353
Spécificité des moyens de contrôle 359

VERS UN DROIT QUI DÉPASSE LA MODERNITÉ 363
Urgences 364

Médias et traditions juridiques 368
Droit familial et « fracture générationnelle » 370
Un scénario explicatif récurrent 373
Majorité sexuelle et majorité pénale 376
Autonomie des espaces privés, artistiques et professionnels 378
Droits de l'homme et constitutionnalité 379
La mise en cause personnelle des juges : effets médiatiques ou évolution structurelle ? 380
Le droit de punir 384

Evolution technologique et crise de la rationalité 391
Le « droit des victimes » contre la délégitimation 393
Innocence et marchandise 398
Conditions de la démocratie 399
Cybercriminalité et contrôle individuel 400
Contrôles politiques et liberté individuelle 403
La recherche des fraudeurs au droit d'auteur 404
Liberté et « démocratie industrielle » 407
Vidéo-surveillance et cyber-contrôle 408
Nationalité et justice administrative 411
Pouvoir et types de légitimité 412
Droit du travail et évolution des normes juridiques 413
Communauté, marché, pouvoir politique et acceptation des normes 416

CONCLUSIONS 422

D'UNE QUESTION D'OFFRE À UNE QUESTION DE DEMANDE 422
Incidence de l'évolution des formes de distribution de biens culturels 425
D'un déplacement de l'inconnue à une inversion des logiques de rétribution..... 427
La convergence comme imposition de normes industrielles 429
Standards et monopoles..... 429
Mots-clefs et appels d'offres 431
Des réseaux d'offre aux pyramides de demande..... 435
Changements de paradigmes..... 437
La régulation comme imposition de normes sociales 441

DU SIGNE AU POLITIQUE 444
Une nouvelle transitivité des médias ?..... 446
Du politique au signe..... 447

CONVERGENCE / DIVERGENCE, DÉMATÉRIALISATION / MATÉRIALISATION 449
Une esthétique de la disparition..... 449
Le droit à la disparition 454
Une opposition de terme entre virtuel vs concret ou entre concret vs visible..... 454
De la copie à la disparition de l'original 458
Convergence et problématiques artistiques..... 460
Virtuel et rematérialisation de l'original 467
Informatique et poétique de la télévision 471

ANNEXES 474
Allocution du Président de la république Jacques Chirac à l'occasion des vœux aux forces vives 474
Textes législatifs, projets de lois, rapports gouvernementaux précédant des propositions de lois, recommandations, directives, traités et conventions..... 477
Informations gouvernementales..... 481
Informations parlementaires..... 483
Autorités de régulation 484
Organismes internationaux 485

BIBLIOGRAPHIE 486

TABLE..... 492

ILLUSTRATIONS 492

SCHÉMAS ET TABLEAUX 493

Télévision et convergence des médias :

vers un nouvel Espace Public ?

2000-2005 : usages économiques et politiques de la Convergence.

Conditions d'acceptabilité des énoncés et des moyens de contrôle dans un cadre de communication dématérialisé.

Christophe LENOIR

Thèse soutenue en Sorbonne le 13 septembre 2006