



Armand Mattelart, *Communication transnationale et industries de la culture*, Paris, Presses des Mines, Collection Matérialismes, 2015.

© Presses des MINES - TRANSVALOR, 2015

60, boulevard Saint-Michel - 75272 Paris Cedex 06 - France

[presses@mines-paristech.fr](mailto:presses@mines-paristech.fr)

[www.pressesdesmines.com](http://www.pressesdesmines.com)

ISBN: 978-2-35671-228-8

© Couverture: Corentin Echivard

Dépôt légal: 2015

Achevé d'imprimer en 2015 (Paris)

Tous droits de reproduction, de traduction, d'adaptation et d'exécution réservés pour tous les pays.

Armand Mattelart

Communication transnationale  
et industries de la culture

**TOME 3**

Collection Matérialismes

Responsable de la collection: Fabien Granjon

Armand Mattelart, *Communication, idéologies et hégémonies culturelles. Une anthologie en trois volumes*, tome 1, Paris, 2015.

Armand Mattelart, *Communication, cultures populaires et émancipation. Une anthologie en trois volumes*, tome 2, Paris, 2015.

Armand Mattelart

# Communication transnationale et industries de la culture

Édition établie et présentée par

Fabien Granjon et Michel Sénécal





## Présentation

# Une approche matérialiste des modes de production transnationaux de la communication

Fabien Granjon & Michel Sénécal

*En hommage à Michèle et Armand*

Le présent volume constitue le troisième et dernier tome<sup>1</sup> d'une anthologie rassemblant une sélection de travaux produits par Armand Mattelart entre les années 1970 et 1986, lesquels ont été amorcés dans le contexte du «laboratoire chilien» et poursuivis lors de son exil forcé en France, suite au coup d'État militaire de 1973. Outre l'épisode de la révolution démocratique chilienne et de sa fin tragique, la trajectoire biographique d'Armand Mattelart a été jalonnée de conjonctures historiques assurément marquantes : l'après-Seconde Guerre mondiale et la misère des populations européennes, le climat de la guerre froide et la bipolarisation du monde, les luttes d'indépendance nationale et les mouvements tiers-mondistes, l'entrée du capitalisme dans sa phase néolibérale et ses crises à répétition, etc. Cette histoire plurielle est riche de bouleversements sociopolitiques majeurs, de temporalités composites et d'espaces culturels multiples qui ont été déterminants dans l'élaboration de sa grammaire critique, attentive tant à la *discordance des temps* politiques (cf. Présentation du tome 1), qu'à la variété des réalités sociales cosmopolites, à la fois locales, nationales et internationales dont il a été témoin, au sein desquelles il a vécu et entre lesquelles il a joué un rôle de passeur :

«Mattelart [...] a mis en contact des univers sociaux et des espaces de production culturelle hétérogènes où la politique occupait évidemment le poste de commandement, ainsi que des traditions intellectuelles issues de divers espaces nationaux (ce qui supposait également des façons de lire avec beaucoup de rigueur des traditions de pensée «universelles»), en particulier lorsqu'elles étaient en rapport avec sa conception et sa pratique du marxisme<sup>2</sup>».

Armand Mattelart appartient à cette génération d'intellectuels qui, depuis la fin des années 1960, ont participé à l'édification d'un projet critique prenant le contrepied

---

1 Les autres volumes de cette anthologie ont pour titres : *Communication, idéologies et hégémonies culturelles* (tome 1) et *Communication, cultures populaires et émancipation* (tome 2). Nous souhaitons remercier, très chaleureusement, David Buxton (Université Paris 10), Natalia Calderón Beltrán (Université Paris 8) et Jacques Guyot (Université Paris 8), qui ont pris en charge, avec beaucoup d'entrain et de sérieux, le travail de traduction, depuis l'anglais et l'espagnol, de certains des textes de la présente anthologie.

2 Zarowsky (Mariano), «Armand Mattelart : un itinéraire intellectuel entre Amérique Latine et Europe», *Web-revue des industries culturelles et numériques*, novembre 2013, <http://industrie-culturelle.fr/industrie-culturelle/armand-mattelart-itineraire-intellectuel-amerique-latine-europe/>.

de l'«empirisme abstrait» (selon l'expression de Charles Wright Mills), caractéristique de la sociologie fonctionnaliste des médias dans sa version états-unienne, mais aussi du matérialisme vulgaire de l'orthodoxie marxiste tendant à réduire la culture à un simple reflet de la base matérielle. Alors qu'une dialectique matérialiste conséquente enjoint à produire des analyses visant «à déterminer quels sont les éléments constitutifs contradictoires [de tel phénomène ou ensemble de phénomènes], et quels sont le mouvement, la dynamique déclenchés par ces contradictions<sup>3</sup>». Il s'agit avant tout de considérer quelles sont les orientations du mouvement allant vers une modification de surface/reproduction de la domination (changement quantitatif fondé sur le maintien des structures et de la «qualité» des phénomènes) et celles allant, *a contrario*, vers l'émancipation (changement qualitatif, émergence d'une «nouvelle» qualité<sup>4</sup>). L'intérêt pour le changement social ne peut donc faire l'impasse sur l'évolution des aspects socio-économiques des *modes de production*, mais ne saurait pas davantage se départir d'une attention pour les formes de conscience sociale : aspects juridico-politiques *et* idéologiques. Et en la période couverte par les textes de cette anthologie, portées par une conflictualité sociale qui oppose l'impérialisme occidental à des réponses politiques conséquentes à un niveau local ou national sur différents continents (révolutions démocratiques, luttes de libération nationale, combats contre la guerre du Vietnam, rébellions étudiantes, etc.), les nécessités pratiques font précisément leur, l'obligation de considérer que la compréhension de la production culturelle passe irrévocablement par l'analyse de sa matérialité, tandis que les modes de production doivent être mis en regard des formes culturelles qui les accompagnent : «[comment] les moments objectifs qui s'inscrivent dans l'histoire des sociétés à partir des rapports économiques qui en constituent les fondements se traduisent en moments subjectifs?<sup>5</sup>». En d'autres termes, la matérialité de la culture, dans une phase de constitution d'un marché mondial intégré, ne peut être révélée qu'à la condition d'articuler le niveau idéologique et le niveau économique, c'est-à-dire en évitant l'écueil de l'économisme tout comme celui de la majoration du politique et de l'idéologique pour saisir la dialectique entre modèles de communication-culture et formes sociétales :

«Les économistes et les sociologues qui, au cours des années 1960 et 1970 dans les deux Amériques et plusieurs pays européens, jettent les bases d'une économie

3 Mandel (Ernest), *Introduction au marxisme*, Paris, La Brèche, 1983, p. 171.

4 L'émancipation en tant que déprise des formes de domination, de libération, d'affranchissement de l'homme, est un horizon d'attente, un processus qui ne saurait être fini, ne serait-ce parce que l'émancipation n'est par définition jamais totale et complète. Le sujet social ne saurait s'abstraire intégralement des contraintes inhérentes à la vie en société, mais peut toutefois organiser un contrôle collectif plus démocratique des règles auxquelles il consent vraiment se soumettre afin de proposer de nouvelles formes de vie. Les gains émancipatoires portant l'individu vers une vie meilleure sont partiels, provisoires et fragiles dans la mesure où ils sont des constructions sociales dépendant de l'établissement de rapports de force favorables à la transformation sociale. L'émancipation est donc un mouvement *asymptotique*, un élan ponctué de profits d'autonomie partiels qui peuvent éventuellement se cumuler pour améliorer de manière plus ou moins conséquente et pérenne des conditions sociales d'existence favorables à l'épanouissement de chacun et donc de tous.

5 de la Haye (Yves), «Contribution à l'analyse matérialiste des médias», in *Dissonances*, Grenoble, La Pensée sauvage, 1984, p. 32. Ce chapitre est la traduction française de l'introduction de *Marx and Engels. On the Means of Communication (The Movement of Commodities, People, Information & Capital)*, New York/Bagnolet, International General/IMMRC, 1980, pp. 9-55.

politique de la communication et de la culture pensent eux aussi qu'on ne peut traiter le niveau idéologique sans s'interroger sur les contextes et les conditions sociales de production de la culture et des médias ainsi que sur leur imbrication dans des configurations de pouvoir. Articuler les divers niveaux ou les dissocier pour ne considérer que l'un ou l'autre, aux dépens de l'un ou l'autre, c'est dans cette tension que va se jouer au cours des décennies suivantes la trajectoire politique des deux projets critiques d'études sur la culture et la communication<sup>6</sup>».

«[Aussi faut-il] davantage relier ce qu'il a été convenu d'appeler les études de contenu, ou mieux l'analyse de la production des discours, aux changements qui surviennent dans les régimes d'accumulation capitaliste et dans le rapport des classes dominées avec l'État; à la composition des classes dominantes et à leurs systèmes d'alliances; et au mouvement technologique – étant bien entendu que la technologie n'est pas seulement infrastructure puisque le modèle suivant lequel elle est socialement insérée est superstructure et que, en outre, en ce qui concerne les technologies de la communication, elles transportent des messages qui sont des matrices de comportement» («Plaidoyer pour une recherche critique en France» – PRCF<sup>7</sup>).

Le présent ouvrage collige des textes représentatifs de cette approche résolument matérialiste (dont certains n'avaient, jusqu'ici, jamais été traduits en langue française), à partir de laquelle l'auteur appréhende les systèmes de communication et leurs stratégies de déploiement au niveau international, saisis «comme système global d'organisation du pouvoir, mais aussi comme système où s'affrontent divers projets sociaux, culturels, industriels» («Des faits ignorés peuvent en cacher d'autres» – FICA). Ainsi, considère-t-il l'action des appareils d'hégémonie comme un phénomène totalisant dont il s'avère impossible «de comprendre tel ou tel secteur, sans les relier les uns aux autres et sans les englober dans une analyse où l'industrie de l'information, dans le sens le plus large, est envisagée comme un des axes de la restructuration des sociétés capitalistes» («L'industrie culturelle et l'École de Francfort» – ICEF<sup>8</sup>). C'est d'ailleurs sur ce constat que Michèle et Armand Mattelart débent, en 1986, leur ouvrage *Penser les médias*:

«La communication occupe désormais une place centrale dans les stratégies qui ont pour objet la restructuration de nos sociétés. Par le biais des technologies électroniques, elle est une des pièces maîtresses de reconversion des grands pays industrialisés. Elle accompagne le redéploiement des pouvoirs (et des contre-pouvoirs) dans l'espace domestique, à l'école, à l'usine, au bureau, à l'hôpital, dans le quartier, la région, la nation... Et au-delà elle est devenue un élément clé de l'internationalisation des économies et des cultures. Donc un enjeu dans les rapports entre peuples, entre les nations et entre les blocs<sup>9</sup>».

6 Mattelart (Armand), *Pour un regard-monde. Entretiens avec Michel Sénécal*, Paris, La Découverte, 2010, p. 228.

7 Les citations sans références d'édition et de page sont toutes issues des textes présentés au sein du présent tome de l'anthologie. Le titre de l'écrit dont chacune d'entre elles est tirée, est précisé lors de la première citation, suivi d'une abréviation servant à identifier les citations ultérieures provenant de la même source.

8 «Il faut aller vers la structuration plus vaste pour comprendre le processus de structuration de l'objet étudié»: Goldmann (Lucien), in *Structuralisme et marxisme*, Paris, UGE, 1970, p. 161.

9 Mattelart (Armand), Mattelart (Michèle), *Penser les médias*, Paris, La Découverte, 1986, p. 8.

Les contributions réunies ici détonnent dans le paysage intellectuel français de l'époque. Malgré l'ampleur des déréglementations et de la constitution des réseaux mondiaux de communication, «il n'y a, [alors], aucune analyse qui situe le système français de communication dans le jeu des rapports de force internationaux en Europe et dans le monde» («Une approche française de la culture et de la technologie» – AFCT). Les écrits d'Armand Mattelart soulignent pourtant combien il est indispensable d'être en capacité de se saisir de cet aspect de la réalité capitaliste. Aussi s'attache-t-il à analyser l'idéologie impérialiste, ses structures matérielles, ainsi que le rôle joué par les firmes multinationales dans la concentration, la marchandisation et l'internationalisation de la production culturelle, de même que dans la restructuration des sociétés «en temps de crise». À l'époque, déjà bien installés en Amérique latine, ces phénomènes sont surtout introduits en Europe *via* les processus de dérégulation des systèmes publics de communication et le recours accru aux «nouvelles» technologies de communication (satellites, informatiques, télématiques, etc.) qui y tiennent une place prépondérante en investissant, *volens nolens*, les différentes sphères de la vie individuelle et collective, dans les champs de l'éducation, du travail, de la santé, de l'art, du loisir, etc. :

«La pertinence de la recherche sur la communication ne trouve réellement son sens que dans le caractère impertinent des questions qu'elle se doit de soulever. En effet, la recherche sur la communication est ce lieu et ce moment privilégiés où l'on peut saisir dans quelle mesure une société accepte ou refuse de penser la façon dont s'organise son mode ou son système de communication, à savoir non seulement les modalités dont les supports techniques (radio, télévision, etc.) pénètrent dans l'ensemble du corps social, mais surtout comment ceux-ci s'articulent (ou non) à l'ensemble des autres formes de communication, des autres formes de rapports sociaux que les groupes et les personnes tissent entre eux» (AFCT).

Tout en élaborant une approche critique de la transnationalisation des systèmes de communication, Armand Mattelart traite concurremment de l'évolution des concepts et des théories qui rendent possibles l'accréditation ou, *a contrario*, la contestation des phénomènes sociaux de communication et, plus largement, des réalités sociales, politiques, économiques et culturelles des Amériques et de l'Europe, dans le contexte de la globalisation de l'économie capitaliste et des avancées technologiques. Les *théories* sont ainsi envisagées comme des productions symboliques structurées par les intérêts de certains groupes sociaux, mais également structurantes en ce qu'elles portent des enjeux spécifiques : «[car il] n'y a pas de théories qui soient en lévitation par rapport à la société et ses enjeux de pouvoir. Toute théorie sociale renvoie à un projet ou un modèle d'organisation des rapports sociaux<sup>10</sup>». Partant, il s'agit de les interroger, pour reprendre les termes de Bertolt Brecht, en leur «raison de vivre» tout autant qu'en leur «mission formelle<sup>11</sup>», c'est-à-dire en tant qu'elles participent du mouvement de l'histoire. À l'instar de Karl Marx qui précisait que la théorie de Charles Darwin était fille de l'état économique de la société de son temps, que les économistes étaient les représentants scientifiques de la bourgeoisie, et qui affirmait

10 Mattelart (Armand), *op. cit.*, p. 252. Charles Wright Mills affirmait pour sa part : «Tous les sociologues prennent des options morales et politiques, ou s'y réfèrent implicitement» et ce même quand ils se prétendent apolitiques : Wright Mills (Charles), *L'imagination sociologique*, Paris, Maspéro, 1967, p. 79.

11 Brecht (Bertolt), *Sur le cinéma. Écrits sur la littérature et l'art. Travaux* 7, Paris, L'Arche, 1970, pp. 136 et 139.

que «[la] notion économique de la valeur appartient tout à fait à l'économie politique moderne, parce qu'elle est l'expression la plus abstraite du capital et de la production fondée sur lui<sup>12</sup>», Armand Mattelart rappelle que «[les] concepts n'ont pas de vie propre, [qu'ils] renvoient à des problématiques bien concrètes et nous parlent d'un lieu historiquement situé» (ICEF). Et parce qu'ils constituent les armes conceptuelles d'une bataille idéologique dont les tenants ne sont pas toujours évidents, il faut passer les systèmes d'analyse au crible de la raison critique afin d'en dévoiler les postulats et les lignes de force axiologiques qui, même ténus et tenus dans l'ombre, en cadrent néanmoins les aboutissants politiques. Il s'agit donc de déconstruire la croyance en la *neutralité axiologique* qui cautionne le fait qu'un chercheur puisse «se permettre – parfois toute sa vie durant – de ne s'interroger ni sur les conditions de production de ses investigations, sur le pourquoi il est amené à choisir tel thème plutôt qu'un autre, ni sur les retombées de ce qu'il fait. En un mot, à quoi il sert et qui l'utilise» («La communication en France socialiste» – CFS). Cette nécessité devient d'autant plus pressante que la vieille idéologie du progrès qui avait propulsé en avant la «société industrielle» commence à céder le pas à cette autre idéologie, celle de la communication, laquelle accompagne l'explosion des technologies numériques. Portés également par la logique de la déréglementation, des changements de paradigmes se font jour, redéfinissant l'épistémè des sciences sociales, mais aussi le sens du changement social. Par conséquent, «à une université de plus en plus coupée du mouvement social a correspondu un isolement de l'objet de recherche : le discours médiatique a été analysé en tant qu'ensemble d'unités closes sur elles-mêmes et contenant en elles-mêmes les principes de leur construction. On en a oublié la socialité et l'historicité de ce discours» (AFCT). Ce faisant, la plupart des analyses produites font fi des impératifs de la critique postulant que «tout phénomène culturel, social ou politique est historique et *ne peut être compris que par et dans son historicité*<sup>13</sup>».

## UNE APPROCHE MATÉRIALISTE DES MOYENS DE COMMUNICATION

Guidée par l'exigence de la théorie marxienne de la *praxis* et refusant le principe d'une «science qui accepte comme termes et limites de son analyse les frontières répressives de la société existante» («Pour une critique de l'économie politique des médias» – CEPM), la production scientifique critique d'Armand Mattelart est considérée, par lui, comme n'étant «qu'un *moyen* pour le groupe social et pour l'humanité entière<sup>14</sup>». Par ailleurs, elle en appelle à la convergence des regards disciplinaires, seule capable de faire en sorte que la culture et la lutte culturelle soient mises en regard de la lutte des classes et des clivages sociaux. La chose n'est d'ailleurs pas tout à fait nouvelle pour celui qui, depuis sa formation en démographie (cf. «Repères biographiques» en fin d'ouvrage), n'a eu véritablement de cesse de considérer que la balkanisation des disciplines va à l'encontre d'une mise en perspective des phénomènes sociaux de communication à la hauteur des exigences de la totalisation :

12 Marx (Karl), *Fondements de la critique de l'économie politique*. Tome II, Paris, Anthropos, 1968, p. 309.

13 Löwy (Michael), *Les aventures de Karl Marx contre le baron de Münchhausen. Introduction à une sociologie critique de la connaissance*, Paris, Syllepse, 2012, p. 65.

14 Goldmann (Lucien), *Sciences humaines et philosophie*, Paris, Gonthier, 1966, p. 22.

«L'évolution de ladite industrie de la communication et de l'ensemble de la "filière électronique", l'interdépendance de ses diverses composantes (depuis les satellites de télécommunication jusqu'aux produits grand public en passant par le matériel professionnel) sont des facteurs puissants qui militent en faveur d'un décloisonnement des recherches sur la communication. Ce décloisonnement est d'autant plus nécessaire que l'appareil de recherche tend à se reproduire à partir de découpages disciplinaires peu aptes à une prise de conscience du défi majeur que lance à l'ensemble des sciences sociales cette mutation technologique. Cette transversalité, commandée par une évolution technologique, est elle-même partie intégrante d'une redistribution des rapports de pouvoir à tous les niveaux. Les enjeux de la communication sont à la fois des enjeux scientifiques, des enjeux industriels, des enjeux économiques et des enjeux politiques» (AFCT).

Armand Mattelart qui, de ses propres mots, n'a pas eu «une identité intellectuelle unique dans le temps et l'espace», adopte une conception poreuse des frontières entre les disciplines et tend des passerelles entre des objets de recherche trop souvent morcelés et cloisonnés par la division sociale du travail scientifique et ses logiques de champs, tout comme il cherche à articuler les aspects politique, juridique, technique, économique, etc., ainsi que les niveaux de production, de diffusion et d'appropriation des réalités culturelles et médiatiques. C'est là, évidemment, une conséquence de la nécessité matérialiste qui prône l'irrédentisme disciplinaire, la recherche du point de vue de la totalité concrète, et dont Karl Korsch attestait qu'elle «ne se laisse ranger dans aucun des tiroirs habituels du système des sciences bourgeoises<sup>15</sup>». À l'instar d'un Douglas Kellner qui utilise le terme *supradiscipline*<sup>16</sup> pour caractériser la perspective de la théorie critique consistant à prendre en compte simultanément plusieurs dimensions de la réalité sociale et leurs relations avec un système social dans son ensemble, ses contradictions et ses antagonismes durant une période historique spécifique, Armand Mattelart développe un regard critique totalisant des phénomènes sociaux de communication. De cette gageure interdisciplinaire, il en fera une force heuristique démontrant que les relations de pouvoir ne sont pas réductibles à une vision essentialiste de la communication, qu'elles ne peuvent être subsumées sous un schéma de domination de type mécaniste, et que les pratiques de communication articulées aux pratiques des classes populaires sont porteuses d'alternatives progressistes. Il en tirera également un principe d'action pratique tâchant de réduire la distance existant entre les chercheurs, les professionnels et les usagers de la culture et des médias et donc de concilier recherches scientifiques et demandes des secteurs professionnels (e.g. des journalistes) et populaires. En conclusion d'un colloque international organisé par la RAI (Radiotelevisione italiana), en 1983, sur le thème de l'évolution du service public de télévision au Canada et dans plusieurs pays européens, Armand Mattelart évoquait ainsi :

«Certains penseront à ce titre que certaines des réflexions faites à cette tribune tout au long des deux jours sont trop abstraites, voire trop théoriques, mais sans le détour

15 Korsch (Karl), *Au cœur de la conception matérialiste de l'histoire*, Paris, Spartacus, 1979, p. 7. «*Le marxisme est une théorie-praxis unitaire, globale, qui s'approprie la totalité de la réalité historico-sociale sans se fragmenter dans les différentes sciences sectorielles réifiées*» : Brohm (Jean-Marie), «Louis Althusser et la dialectique matérialiste», in Vincent (Jean-Marie) dir., *Contre Althusser*, Paris, UGE, 1974, p. 28.

16 Kellner (Douglas M.), *Critical Theory, Marxism and Modernity*, Baltimore, The Johns Hopkins University Press, 1989, pp. 230-231.

par une réflexion théorique, sans le détour par une réflexion générale, il n'y a pas moyen de penser sa pratique. Et tout le monde sait que la théorie sans pratique n'est pas non plus une solution. La seconde leçon que j'emporte de ce colloque est que jusqu'à la dernière intervention il y a eu un grand absent, le public, le consommateur» («Oublier la communication» – OLC).

Bien qu'Armand Mattelart ne se soit jamais identifié à une discipline ou à une école spécifique, d'aucuns ont toutefois eu tendance à le cataloguer parmi les théoriciens de (la critique de) l'économie politique de la culture et de la communication<sup>17</sup>. Cette assignation théorique tient notamment aux ouvrages qu'il a publiés durant les années 1970, dont *Multinationales et systèmes de communication* (duquel trois extraits sont reproduits dans le présent tome). Les travaux d'Armand Mattelart entretiennent effectivement, à l'époque, quelque accointance avec les études nord-américaines d'Herbert Schiller ou de Dallas Smythe, avec lesquels il lia connaissance durant leur séjour au Chili, fin 1971 : «une sociologie critique qui traque les traces omniprésentes de l'immanence d'un système idéologique destiné à protéger des intérêts particuliers sous couvert d'universalité, une sociologie susceptible de nous fournir des outils d'analyse pour étudier une dynamique sociale conçue en d'autres termes que ceux du maintien de l'équilibre d'un système donné<sup>18</sup>». Schiller et Smythe se trouvent parmi les précurseurs de l'économie politique critique des structures médiatiques transnationales et Armand Mattelart est un fervent lecteur de leurs textes mettant au jour «l'interpénétration des industries de la communication et du complexe militaro-industriel, ainsi que [...] l'asymétrie des rapports Nord/Sud et l'"idéologie des communications internationales", selon le mot de Schiller<sup>19</sup>». Pareillement aux pratiques d'enquêtes menées par ces universitaires, au cœur même de l'empire, il élabore ses premières analyses non média-centrées des phénomènes de transnationalisation et d'impérialisme culturel. Dans l'un des premiers dossiers qu'Armand Mattelart produit sur ce thème pour *Le Monde diplomatique* (décembre 1974), est ainsi logiquement publié un texte de Schiller intitulé «Les mécanismes de la domination internationale», résumant les fondements de cette «idéologie des communications internationales»: «La libre circulation de l'information, l'internationalisme, le caractère neutre du divertissement, l'élimination de l'autorité étatique: tels sont les principes qui offrent aux sociétés transnationales et aux trusts des médias la plus grande marge de manœuvre pour pénétrer et dominer les marchés mondiaux<sup>20</sup>».

17 Comme le rappelle Christophe Magis, le syntagme «économie politique» sert à labéliser un ensemble de travaux très divers, «la plupart s'assumant "critiques" sans forcément en préciser les attendus» («Économie politique de la communication et Théorie critique des médias. Épistémologie d'un héritage théorique critique», document de travail produit dans le cadre du séminaire «Économie politique, industries médiatiques, expériences culturelles», CEMTI, Université Paris 8, 2015).

18 Mattelart (Armand), «Críticas a la "Communication Research"», in Mattelart (Armand), Piccini (Mabel), Mattelart (Michèle), «Los medios de comunicación de masas. La ideología de la prensa liberal en Chile», *Cuadernos de la realidad nacional* (CEREN), n° 3, 1970, p. 22.

19 Mattelart (Armand), «De la difficulté à penser l'international au regard de l'histoire: leçons d'un itinéraire intellectuel», in George (Éric), Granjon (Fabien), dir., *Critique, sciences sociales et communication*, Paris, Mare & Martin, 2014, p. 27. Harold D. Lasswell travaillera, par exemple, dans le cadre du War Communications Research Project (Library of Congress) et Carl Hovland pour la Research Branch of the Army's Information and Education Division.

20 Schiller (Herbert I.), «Les mécanismes de la domination internationale», *Le Monde diplomatique*, décembre 1974, p. 8.

De même, Armand Mattelart n'a cessé d'être un « traqueur » d'idéologies et a toujours été un protagoniste de la bataille des mots, des idées et des concepts pour penser le monde et le transformer, étant entendu que les productions symboliques représentent aussi « un terrain de luttes entre classes [et] entre des visions antagonistes du développement de la société » (ICEF). Par conséquent, son champ d'interrogation englobe « la généalogie non seulement des dispositifs, mais aussi des outils conceptuels qui servent à les rendre intelligibles<sup>21</sup> ». Parmi eux, sans surprise, celui de *communication* qui, pour reprendre les propres termes de l'auteur, s'avère pour le moins une « notion fuyante », rarement interrogée pour elle-même, qui sert notamment « de terrain de réinvestissement de vieilles querelles entre anciens et modernes, entre culture savante et culture de masse, entre politiques et non-politiques » (AFCT). La communication pose donc problème, et ce, dès qu'il s'agit de définir ce que l'on place sous le vocable :

« En dépit des difficultés à délimiter le champ de la communication, nous ne devrions pas nous confiner à la notion univoque de communication que nous offre une science marquée par les obsessions d'une classe qui fragmente et discipline chaque réalité particulière pour mieux masquer la réalité de l'ensemble social. La communication peut embrasser d'autres domaines que ceux couverts par la plus ou moins large définition circonscrite par les pratiques culturelles des classes dominantes, le loisir et les activités entrepreneuriales. En effet, si l'on observe la communication du point de vue des classes qui luttent contre l'hégémonie idéologique de la bourgeoisie, la notion prépondérante de communication perd sa crédibilité » (CEPM).

Une chose est ainsi sûre : « [il] est impossible de parler de communication [ou de culture] depuis une perspective révolutionnaire sans redéfinir le concept même de communication [ou de culture] imposé par la sociologie établie » (CEPM). Parce que les luttes sociales sont aussi des *luttes de classements* « pour imposer une vision du monde social, ou, mieux, une manière de le construire, dans la perception et dans la réalité<sup>22</sup> », Armand Mattelart préfère avoir recours au syntagme marxien de *moyens de communication*, lequel s'avère nettement plus propice à jeter les bases d'une approche matérialiste de la culture « qui cherche à la fois le sens, la structure significative de l'objet étudié et sa production, sa genèse, c'est-à-dire le besoin fonctionnel qui l'a engendré à l'intérieur d'une structure plus vaste dans laquelle il remplit une fonction<sup>23</sup> ».

Ce qu'on appelle communément « communication », c'est-à-dire l'activité générale de production et de mise en circulation de personnes, de marchandises matérielles et de contenus symboliques, décrit en effet un domaine extrêmement vaste de pratiques sociales s'appuyant sur des moyens de production de la communication (médiatiques et culturels pour faire court), lesquels sont ajustés au niveau de développement du mode de production. S'agissant plus particulièrement de la production/circulation des contenus symboliques (qui sont, faut-il le rappeler, la plupart du temps des marchandises), la communication traverse tant la base que la superstructure<sup>24</sup> et décrit

21 Mattelart (Armand), « De la difficulté à penser l'international au regard de l'histoire : leçons d'un itinéraire intellectuel », in George (Éric), Granjon (Fabien) dir., *op. cit.*, p. 37.

22 Bourdieu (Pierre), *Raisons pratiques. Sur la théorie de l'action*, Paris, Seuil, 1994, p. 27.

23 Goldmann (Lucien), *Structuralisme et marxisme*, *op. cit.*, p. 162.

24 Précisons que dans l'approche marxienne, l'idéologie, si elle ne répond pas à un développement autonome, n'est pas pour autant sans *efficacité historique* (Engels).

un large répertoire de pratiques sociales dont le déploiement contribue à la mise en mouvement des sociétés capitalistes. Les moyens de communication sont donc à la fois «éléments des forces productives et rapports sociaux de production, facteurs de constitution d'une autre personnalité sociale, c'est-à-dire d'autres sensibilités, d'autres intérêts, d'autres modes d'appartenance au monde, etc.<sup>25</sup>». Ils se retrouvent ainsi au cœur de ce qu'Yves de la Haye nomme des «réseaux d'ajustement économique» et des «réseaux d'ajustement existentiel»<sup>26</sup>:

«Contrairement aux théories qui voudraient cantonner les effets des appareils d'information dans la seule sphère de l'idéologie, il importe de souligner le caractère éminemment "pratique" de ceux-ci. Entendons par là que, sans leur attribuer plus de poids qu'ils n'en ont, les appareils d'information initient des pratiques, modèlent des usages, façonnent des conduites dans le domaine de la consommation, c'est l'évidence, mais aussi dans les secteurs plus secrets mais non moins socialisés que sont: le mariage, le choix professionnel; les rapports aux enfants, les stratégies d'investissement, de placement et d'épargne, etc. De même que le réseau d'ajustement économique est organiquement lié aux pratiques sociales du capitaliste, les autres réseaux de communication qui naissent du développement du mode de production sont organiquement liés aux pratiques sociales que celui-ci commande<sup>27</sup>».

Cette approche matérialiste s'oppose à la sociologie fonctionnaliste alors dominante qui, pour sa part, favorise l'usage de notions telles que *mass communication* ou *mass media*, prétendument plus neutres, alors qu'elles sont en réalité alignées sur des valeurs elles aussi dominantes qui en informent jusqu'aux méthodes (cf. *infra*). Les termes prisés par l'empirisme sociologique nord-américain orientent plutôt l'attention sur les aspects immatériels des médias de masse délitant du même coup la référence à leur matérialité: «[le] résultat final est que leur périmètre d'analyses s'arrête au produit des médias. Alors que le champ d'observation que sous-tend le concept de "moyens de communication" assume cette matérialité et fait du processus de production de la communication la priorité» (CEPM). Le travers est bien connu et a été souligné maintes fois: «l'empirisme et le positivisme refusent de considérer l'existence du général – qu'ils identifient à l'abstraction théorique ou pire, à la spéculation métaphysique – et ils se cramponnent aux "faits" identifiés à des données particulières. Ce faisant, ils oublient cependant que le "particulier est le général lui-même"<sup>28</sup>». Sur ce point, Armand Mattelart rejoint Charles

25 de la Haye (Yves), «Contribution à l'analyse matérialiste des médias», *op. cit.*, p. 37.

26 Aussi, s'agit-il notamment pour Paul Beaud de «tenter de décrire et de comprendre les formes de représentation que les sociétés se donnent d'elles-mêmes et qui sont liées aux formes de pouvoir qui s'y exercent; de décrire et de comprendre comment cette connaissance se diffuse, devient dominante, non tant en ce sens que chacun la ferait sienne mais en celui, essentiel, qu'elle participe concrètement aussi bien au maintien qu'aux transformations de l'ensemble des structures sociales, que cette connaissance relève du symbolique, de l'esthétique, du religieux, du politique ou qu'elle revendique l'objectivité de la science ou de la pratique journalistique»: *La société de connivence. Médias, médiations et classes sociales*, Paris, Aubier, 1984, p. 9.

27 de la Haye (Yves), «Contribution à l'analyse matérialiste des médias», *op. cit.*, pp. 40-41.

28 Brohm (Jean-Marie), *Les principes de la dialectique*, Paris, Les Éditions de la passion, 2003, p. 212.

Horton Cooley<sup>29</sup> auteur, en 1894, de l'une des premières études sociologiques dans laquelle la communication est analysée tel un *tout social organique*<sup>30</sup> :

« Sous le concept de communication et de moyens de communication, ce précurseur des sciences sociales américaines englobe non seulement le “mécanisme psychique” (les différents types de langage et les moyens de leur transmission et de leur enregistrement), mais aussi les moyens de la maîtrise du temps et de l'espace (imprimerie, chemin de fer, tramway, télégraphe, téléphone, et toutes les technologies qui “ouvrent sur un Nouveau Monde”). Le poids de l'infrastructure sur les relations culturelles entre les individus était ainsi reconnu » (CEPM).

Pour Armand Mattelart, le chemin de fer, tout comme le seront par la suite d'autres moyens techniques de circulation des personnes, des marchandises et des messages, se présente comme le précipité techno-*logique* de rapports sociaux et politiques. Son analyse critique révèle combien le dispositif ferroviaire est un moyen « d'invasion et d'échange unilatéral avec les peuples de la périphérie », ainsi qu'un « outil privilégié de la pénétration du grand capital colonial » (CEPM), décisif dans l'appropriation des matières premières d'Afrique et d'Amérique latine et permettant également d'acheminer, le cas échéant, les corps expéditionnaires pour réprimer les révoltes des populations expropriées. À l'instar de Marx qui, à la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, recourt précisément au concept de « moyens de communication » dans *Le Capital*<sup>31</sup>, et tel que le fait Lénine au seuil du XX<sup>e</sup> siècle dans *L'impérialisme, stade suprême du capitalisme*<sup>32</sup>, notion qu'ils mettent en relation directe avec celle de « moyens de production », Armand Mattelart insiste sur la détermination des conditions sociales, politiques et économiques de l'internationalisation des systèmes de communication et, réciproquement, souligne combien la nature et l'étendue de l'infrastructure matérielle participent en retour de l'exercice du pouvoir politique et économique. Les technologies concordantes avec le temps de l'exploitation des corps et des ressources naturelles colonisés laisseront, au regard des obligations nouvelles des seuils atteints par le mode de production capitaliste et de la division internationale du travail, la place aux « réseaux de la pénétration culturelle » (CEPM). *De facto*, l'on « ne peut [donc] considérer la succession des différents modes de communication indépendamment des nécessités économiques générales qui déterminent de nouveaux modes d'échange. [...] [Et on ne peut] comme le dessine l'histoire bourgeoise, faire du

29 Cooley (Charles Horton), *The Theory of Transportation*, New York, Publications of The American Economic Association, 1894; Cooley (Charles Horton), *Social Organization*, New York, Charles Scribner's Sons, 1901.

30 Cf. Belman (Lary), « The Idea of Communication in the Work of Charles Horton Cooley », *Journal of Communication Inquiry*, vol. 1, n° 2, printemps 1975, pp. 79-87.

31 Marx (Karl), *Le Capital. Livre premier*, in *Œuvres. Économie*, vol. 1, Paris, Gallimard, 1965. Armand Mattelart cite à ce propos la lettre de Marx à Nikolai Danielson, traducteur du *Capital* : « [Les moyens de communication] ont été la base d'énormes sociétés par actions et [...] ils ont en même temps constitué un nouveau point de départ pour toutes les compagnies bancaires. Bref, ils ont imprimé un essor insoupçonné à la *concentration du capital* et accéléré puissamment l'*activité cosmopolite* du capital de prêt, enserrant ainsi le monde entier dans un réseau de filouterie financière et d'endettement réciproque, forme capitaliste de la fraternité “internationale” » : Marx (Karl), « Lettre à Nikolai Danielson (10 avril 1879) », in *Œuvres. Économie*, vol. 2, Paris, Gallimard, 1968, pp. 1519-1520.

32 Lénine (Vladimir I.), *L'impérialisme, stade suprême du capitalisme*, Paris/Moscou, Éditions sociales/Éditions du progrès, 1975.

siècle des Lumières et des inventions techniques, le seul levier explicatif de l'essor des médias<sup>33</sup>».

«Le capital financier et les trusts n'affaiblissent pas, mais renforcent les différences entre le rythme de développement des divers éléments de l'économie mondiale. Or, le rapport de force s'étant modifié, où peut résider, en régime capitaliste, la solution des contradictions si ce n'est dans la force? Les statistiques des chemins de fer offrent des données d'une précision remarquable sur les différents rythmes de développement du capitalisme et du capital financier dans l'ensemble de l'économie mondiale [...]. Le développement des voies ferrées a donc été le plus rapide dans les colonies et les États indépendants (ou semi-indépendants) d'Asie et d'Amérique<sup>34</sup>».

Yves de la Haye explique, lui aussi, dans quelle mesure les moyens de communication sont consubstantiels à la dialectique des modes de production capitaliste, ainsi qu'à la circulation des biens, des personnes, de l'information et du capital et auxquels Marx et Engels s'étaient intéressés en rapport avec les «connexions que ces phénomènes impliquent avec la production, l'État, le colonialisme, la constitution des classes, la division ville-campagne, la circulation monétaire, les formes de réalisation de la valeur, la sécurité publique<sup>35</sup>». Et Armand Mattelart d'abonder en ce sens :

«La manière dont fonctionne l'appareil de communication, dont se fabriquent et s'échangent les messages, correspond aux mécanismes de production et d'échange généraux qui conditionnent toutes les pratiques humaines dans la société. Le propos n'est pas ici d'inventorier les contenus multiples que peut renfermer le concept de mode de production lorsqu'il est appliqué à l'analyse du procès de la communication. [...] Ainsi le mode de production de la communication comprend l'ensemble des instruments de production (machines à transmettre, qu'elles s'appellent radio ou télévision, mais aussi papier, machines à écrire, pellicule, instruments de musique, etc.), les méthodes de travail (fragmentation en genres, codifications de l'information qui régissent la transmission des messages, la collecte des informations, etc.) et l'ensemble des nombreux rapports de production qui interviennent entre les hommes dans le procès de communication (rapports de propriété, rapport émetteur-récepteur, division technique du travail, toutes formes d'organisation et d'association). [...] Le mode de production, c'est aussi la superstructure juridico-politique (l'État, les lois, etc.) et idéologique (système d'idées, d'images, de normes et de sentiments qui légitime une pratique et une forme de communication particulières comme les seules possibles). Ces formes idéologiques peuvent être juridiques, philosophiques, politiques, religieuses. En ce sens, les idées et les pratiques liées aux notions de liberté de presse et d'expression, d'éthique professionnelle du communicateur, constituent les formes idéologiques propres à la sphère de la communication et de l'information qui assurent le maintien du procès de communication dans un cadre déterminé et le légitiment dans sa fonction de reproduction de l'ensemble des rapports sociaux du mode de production capitaliste. [...] Ainsi les notions de liberté de presse et d'expression, le mythe de la révolution de la communication, le principe de la division sociale du travail de communication, le concept d'opinion publique, celui

33 de la Haye (Yves), «Contribution à l'analyse matérialiste des médias», *op. cit.*, p. 53. Cf. Mattelart (Armand), *L'invention de la communication*, Paris, La Découverte, 1994.

34 Lénine (Vladimir I.), *op. cit.*, pp. 142-145.

35 de la Haye (Yves), «Contribution à l'analyse matérialiste des médias», *op. cit.*, pp. 21-22.

d'objectivité, de culture de masse, le clivage travail-loisirs, le concept de science et plus précisément celui de science de la communication» (ICEF).

Il apparaît tout aussi évident pour de la Haye que :

«L'activité sociale "communication" ne peut être cantonnée dans l'idéologie pure, le commerce des messages, les relations sociales et individuelles à l'instar de ces analystes qui les résument à travers la sociologie dominante des communications comme une vaste industrie de la superstructure. Elle n'est pas non plus réductible à sa seule dimension de superstructure, auxiliaire de l'industrie. L'activité sociale "communication" comprend l'ensemble des formes sous lesquelles s'expriment, se matérialisent en se modifiant les rapports sociaux, elle en dresse le cadre, en fixe la portée, en borne les limites qu'il s'agisse des nations, des classes, des marchés, des empires<sup>36</sup>».

Sous certains aspects, cette approche matérialiste des moyens de communication n'est pas très éloignée de la perspective, bien que n'étant pas d'obédience marxiste et comprenant quelques relents de déterminisme, développée par Harold Innis, l'un des pionniers canadiens de l'économie politique de la communication, lorsque celui-ci analyse la nécessaire maîtrise du temps (histoire) et de l'espace (territoire) dans la construction des empires et de leur besoin de contrôler, sur les plans économique et politique, les structures communicationnelles à des fins d'exploitation du territoire et d'emprise sur les cultures<sup>37</sup>. *De facto*, les moyens de communication ont constamment joué un rôle déterminant dans l'évolution des rapports de forces politiques et économiques, tout comme ils ont eux-mêmes évolué en fonction de ceux-ci. Et puisque, selon le bilan qu'en dressait Armand Mattelart à cette époque, on ne savait encore que trop peu de choses sur la façon dont s'était constitué le mode capitaliste de communication défini comme un mode spécifique de production, de circulation et d'échange de marchandises, de messages et de personnes, un travail de mémoire s'imposait d'autant, et avec lui, le besoin de retracer «la genèse de ces autres forces productives que constituent les moyens massifs de communication, comme la presse, la publicité, la radio et la télévision, et à élucider le caractère de nécessité sociale de leur mise en place» (CEPM) :

«Très peu d'études rendent compte du rôle joué par les systèmes de communication dans le développement socioculturel des nations. On sait en fait très peu de choses sur la façon dont s'est constitué le mode capitaliste de communication défini comme un mode spécifique de production, de circulation et d'échange de marchandises, de messages et de personnes. Et pourtant on pourrait écrire l'histoire récente de l'Amérique latine à partir du développement de ses réseaux de chemins de fer, de ses réseaux télégraphiques et téléphoniques, et plus près de nous de celui de ses systèmes audiovisuels. Le chercheur cubain Manuel Moreno Fragnals, l'un des rares historiens du sous-continent à s'être penché sur l'étude de la place de l'information et des réseaux télégraphiques dans la configuration d'une économie locale (ici la sucrière), a démonté avec minutie la gestation du mode de communication du capitalisme moderne, à partir des nécessités des flux de capitaux et de marchandises» («Une généalogie oubliée» – UGO).

36 *Ibid.*, p. 60.

37 Innis (Harold D.), *Empire and communications*, Toronto, University of Toronto Press, 1972.

## LA NÉCESSITÉ GÉNÉALOGIQUE (GÉNÉTIQUE)

«Nous ne connaissons qu'une *seule science, celle de l'histoire*», écrivaient Marx et Engels dans *L'idéologie allemande*<sup>38</sup>. L'assertion tranche pour le moins avec le constat que n'aura de cesse d'effectuer et de regretter Armand Mattelart, à savoir que «l'histoire est traditionnellement un impensé des problématiques de la communication» («L'anecdote comme histoire» – ACH), travers qui manifestement se trouve renforcé par l'idéologie contemporaine de la communication et son «projet amnésique de globalisation<sup>39</sup>», lesquels valorisent la nouveauté, l'innovation et l'éphémère et, par là, entendent «couper les phénomènes et processus sociaux de leur histoire pour ainsi les rendre naturels, c'est-à-dire dans l'ordre des choses<sup>40</sup>». Rétrospectivement, et à considérer l'ensemble de son œuvre (un demi siècle de productions scientifiques), Armand Mattelart aurait tendance à justement qualifier son travail par l'ancrage historique et géopolitique, approches qui se recourent assez largement. Du reste, l'impératif généalogique (génétique) se présente comme l'un des fils conducteurs d'une large partie de ses travaux, dont on trouve trace d'ailleurs, dès son premier ouvrage écrit en 1965 et consacré à la *Géopolitique du contrôle des naissances*, à une époque durant laquelle il œuvrait encore en tant que démographe au sein de l'École de sociologie de l'Université catholique du Chili. Envisagée autrement qu'en ses usages propres aux «relations internationales» (*geopolitics*), à la diplomatie, aux grandes institutions internationales ou bien encore à la géostratégie militaire répressive<sup>41</sup>, la géopolitique, au sens où l'entendait Yves Lacoste<sup>42</sup>, est d'abord affaire de *diatopie* et de *diachronie*, version d'un structuralisme génétique qui tâche de saisir «des transitions, des genèses, des diachronies, [mais aussi] des structures [et] des synchronies<sup>43</sup>». Elle est en cela en proximité avec la perspective historico-géographique développée par Fernand Braudel lorsque celui-ci s'intéresse, sur de longues périodes, à des zones géographiques particulières en englobant notamment les identités nationales dans un ensemble ouvrant sur un horizon comparatiste international. La vision de Braudel (qu'Armand Mattelart mobilisera plus tard dans ses écrits<sup>44</sup>), en son attachement aux *trends* séculaires

38 Marx (Karl), Engels (Friedrich), *L'idéologie allemande*, Paris, Éditions sociales, 1968, p. 45.

39 Mattelart (Armand), *Pour un regard monde*, *op. cit.*, p. 195.

40 Mattelart (Armand), *Les nouveaux scénarios de la communication internationale*, Barcelone, Generalitat de Catalunya, 1994, p. 7.

41 «La géopolitique fut célébrée par les nazis comme “la science allemande” et ceux-ci en firent la justification prétendument scientifique des besoins d’“espace vital” du peuple allemand. [...] Aussi dès la fin de la Seconde Guerre mondiale, toute allusion à la géopolitique, jugée alors théorie spécifiquement nazie, fut proscrite dans tous les pays européens et aux États-Unis»: Lacoste (Yves), «La géopolitique: une histoire contrastée», *La revue pour l'histoire du CNRS*, n° 22, 2008, <http://histoire-cnrs.revues.org/8082>.

42 Lacoste (Yves), *La géographie, ça sert, d'abord, à faire la guerre*, Paris, La Découverte, 1976; Lacoste (Yves), *Géopolitique. La longue histoire d'aujourd'hui*, Paris, Larousse, 2006.

43 Lefebvre (Henri), *Structuralisme et marxisme*, *op. cit.*, p. 96.

44 Dans les écrits colligés dans le présent tome, Armand Mattelart ne fait pas encore référence explicitement à la dialectique de la longue durée dont il ne s'inspirera que plus tard, rendant hommage à l'historien de l'École des Annales et aux travaux dans lesquels celui-ci développe les concepts d'*économie-monde* et de *temps-monde*: Braudel (Fernand), *Civilisation matérielle, économie et capitalisme XV<sup>e</sup>-XVIII<sup>e</sup> siècle. Tome 3: Le Temps du monde*, Paris, Armand Colin, 1979). C'est à partir de son ouvrage *La communication-monde* (1992) que la référence deviendra explicite. «Ce concept “communication-monde” permet de rendre compte des logiques de mondialisation sans les mythifier. À l'inverse de ce que donne à croire

et à l'économie-monde, n'est pas à proprement parler marxiste, tant s'en faut, mais plutôt sombartienne (*Der moderne Kapitalismus* – 1902). Toutefois, cette mise en lumière des conditions de formation du capitalisme en Europe au travers d'une dialectique entre un centre et des zones périphériques, selon des nécessités économiques et matérielles conduisant *in fine* à l'accroissement de la valeur et à son accumulation, n'est pas sans rappeler la dynamique du capital telle que l'a décrite Marx, lequel restera toujours beaucoup cité par Braudel qui relevait «que le génie de Marx [tenait] à ce qu'il a été le premier à fabriquer de vrais modèles sociaux et à partir de la longue durée historique<sup>45</sup>». Si les analyses braudéliennes tendent parfois à se détacher des «filiations théoriques» (Armand Mattelart précise, *a contrario*, qu'«[il] y a histoire lorsque le fait est tout entier construit dans la logique d'une théorie» – ACH)<sup>46</sup>, ainsi qu'à réduire le capitalisme à ses aspects marchands<sup>47</sup>, elles restent néanmoins pertinentes pour d'autres raisons, entre autres celle de battre en brèche une certaine conception de l'histoire «comme suite événementielle» évolutionniste, linéaire, laquelle constitue l'une des dérives évidentes de l'histoire des technologies médiatiques. Bien souvent, l'histoire des médias procède essentiellement, pour chaque médium recensé, à une chronologie truffée d'anecdotes, d'après un découpage de phases temporelles et d'aires géographiques sans lien entre elles et auquel fait cruellement défaut «l'articulation du médium à l'ensemble des contradictions et des structures où il s'inscrit» (ACH)<sup>48</sup>. Cette histoire dépolitisée, déplore Armand Mattelart, «tient pour doté d'un sens intrinsèque un événement (par

---

la représentation globaliste et égalitariste de la planète, il nous rappelle que la mondialisation des économies et des systèmes de communication est indissociable de la création de nouvelles disparités entre les divers pays ou régions et entre les divers groupes sociaux, sources, en d'autres termes, de nouvelles exclusions»: Mattelart (Armand), *Les nouveaux scénarios de la communication internationale*, *op. cit.*, p. 25. Aussi, «[la] dialectique de la longue durée [semble] la plus à même d'orienter [les] analyses sur la dynamique du système capitaliste, la construction des hégémonies et hiérarchies, la formation des dissociations et inégalités du monde à travers les "jeux de l'échange" et les réseaux de communication»: Mattelart (Armand), «De la difficulté à penser l'international au regard de l'histoire: leçons d'un itinéraire intellectuel», in George (Éric), Granjon (Fabien) dir., *op. cit.*, p. 37.

45 Braudel (Fernand), *Écrits sur l'histoire*, Paris, Flammarion, 1969, p. 80.

46 Les théories peuvent être elles-mêmes anhistoriques. Il suffit de se rappeler comment, dès les années 1950, le sociologue Robert K. Merton valorise pour leur soi-disant «rigueur» les méthodes de l'empirisme, alors qu'il qualifie de «floue» la perspective historique: Merton (Robert K.), *Social Theory and Social Structure*, Glencoe, Free Press, 1957, pp. 440-443. Merton critique les méthodes utilisées par l'«espèce européenne» (entendre ici Durkheim, Mannheim, Marx, Engels, etc.), consistant à englober l'ensemble de la réalité dans leurs analyses. À la nature «vague», juge-t-il, de leur approche historique, il prétend opposer la fiabilité des méthodes d'enquête et la rigueur de l'analyse du contenu manifeste. L'objectivité et la recherche de la vérité, atteintes selon lui par la sociologie de la communication, trancheraient avec les jugements de valeur sous-jacents aux systèmes théoriques mis de l'avant par les sociologues dits de la connaissance.

47 Cf. par exemple la critique que fait Alain Bihl dans la revue *Interrogations*: «Fernand Braudel, la dynamique du capitalisme» (n° 6, juin 2008), <http://www.revue-interrogations.org/Fernand-Braudel-La-dynamique-du>.

48 Cette histoire dégradée «vise dans le cas des dispositifs techniques à les maintenir à l'écart des déterminations, [...] à en présenter l'ensemble, éternellement, comme une suite linéaire, chronologique et logique, puisque de chacun d'eux on aura pu marquer l'apparition en dehors de toute problématique de production signifiante (c'est-à-dire en dehors des idéologies et des économies où s'articule cette production), en dehors des codes culturels et du système signifiant»: Comolli (Jean-Louis), «Technique et idéologie – caméra, perspective, profondeur de champ», *Les Cahiers du cinéma*, n° 3, 1971, p. 49, cité in Beaud (Paul), *op. cit.*, p. 165.

exemple l'invention de la télévision) qui n'a intrinsèquement aucun sens [et] prend son matériau pour l'explication même» :

«Cela se traduit, sur le plan des textes, par un va-et-vient constant entre une causalité analytique faible du type "à ce moment-là le gouvernement décida que..." et une causalité anecdotico-mythologique [...] Quoi d'étonnant, [alors], à ce que ce simulacre de savoir achoppe nécessairement sur trois obstacles : la liaison organique qui lie un médium à son ère historico-géographique de fonctionnement, la relation des médias entre eux, à la fois à l'intérieur d'un pays et sur le plan international, et la détermination économique-politique qui, à un moment donné, marque de son empreinte la ou les fonctions sociales des technologies de communications» (ACH).

Armand Mattelart considère ainsi que les systèmes transnationaux de production et de diffusion de marchandises culturelles, dont les principaux vecteurs sont les moyens de communication de masse, doivent être analysés en tant que construction matérielle historique, comme le sont les formations sociales d'où elles proviennent : «[peut-on] légitimement, par exemple, parler de l'impact culturel d'une ou de plusieurs firmes électroniques et aérospatiales transnationales sur le système d'éducation d'un pays déterminé, s'interroge-t-il, sans relier cette ou ces firmes à d'autres agents, dont l'action, bien qu'internationale, ne peut être répertoriée dans le catalogue des firmes transnationales?» (ICEF). Si «[les] firmes transnationales font partie d'un système global où elles ont certes le rôle d'unités centrales d'un modèle d'expansion du capital» («Mémorandum pour une analyse de l'impact culturel des firmes transnationales» – MAIC), il n'est toutefois possible de saisir leurs logiques d'action qu'à la condition de s'interroger aussi sur leur inscription originelle dans diverses réalités nationales. Partant, Armand Mattelart suggère de «mettre au centre de la problématique des firmes transnationales la question de leurs liens avec l'appareil d'État et l'ensemble des institutions, dans leur pays d'origine» (MAIC) ; à l'égal du travail de Raymond Williams<sup>49</sup> quand il s'interrogea «sur les raisons pour lesquelles, à la différence des États-Unis, l'institution télévisuelle et radiophonique de son pays avait pris la forme d'un monopole public pour évoluer vers un système mixte» (ACH). Par conséquent, il s'agit d'appréhender le tissu complexe de rapports de force entre acteurs sociaux, économiques et politiques, entre le privé et le public, entre le civil et le militaire, sur le plan national comme international. Mais ce dont il faut également avoir conscience, tient à ce que, depuis la communication et la culture, s'opère une restructuration des mécanismes institutionnels relevant d'un processus de privatisation, de «commercialisation» et de délégitimation de l'État :

«S'il faut toujours se demander comment les pouvoirs publics peuvent promouvoir des politiques d'intervention et de régulation des industries culturelles ou de l'industrie de l'information à caractère transnational, il est dorénavant tout aussi important de se demander comment la force croissante de ces émetteurs industriels de culture et d'information est appelée à modifier fortement l'équilibre fragile entre le secteur privé et le secteur public pour la formation du nouveau consensus nécessaire, et donc pour la restructuration de l'État-nation. C'est tout autant l'arrivée des produits culturels à caractère transnational qu'il faut étudier que les nouveaux appareils de production culturelle qui, dans chaque espace national, se mettent en place et qui

49 Williams (Raymond), *Television, Technology and Cultural Form*, Londres, Fontana/Collins, 1974.

correspondent à la logique transnationale. L'intégration des économies nationales à l'économie mondiale, dans la phase actuelle de transnationalisation, n'impose-t-elle pas ce qui serait en quelque sorte la "nationalisation" de la matrice de production transnationale ou la "localisation" des modèles transnationaux?» (MAIC).

Le modèle de fluidité d'expansion transnationale confronte de fait celui du service public (dit figé et centralisé), envisagé comme constituant une série d'obstacles dont il faudrait se défaire afin de mettre en place des industries nationales flexibles et compétitives à l'échelle mondiale. Or, à cette aune, tout questionnement des spécificités locales ou nationales risque d'être gommé au profit de l'accessibilité de ces industries culturelles au marché international, sans toutefois saisir en quoi et comment celles-ci peuvent réellement constituer une alternative à la culture médiatique dominante et «un moyen d'approfondir la démocratie dans un sens de partage réel du pouvoir» (CFS), à la manière de certains pans du mouvement des radios libres ou de celui des médias associatifs ou communautaires<sup>50</sup> (cf. tome 2) :

«Les rapports de force, les médiations et les négociations sociales qui ont marqué l'évolution des services publics s'évanouissent des horizons stratégiques et avec eux la nécessité de prendre en compte la nature propre du rapport qui s'est tissé entre l'État et la culture, entre l'État, la culture et l'industrie, entre l'État, la culture, l'industrie et l'ensemble de la société civile. On en oublie de se demander par exemple pourquoi dans certains pays les créateurs ont si fortement résisté à l'idée de la standardisation industrielle dans le champ culturel, pourquoi s'est trouvée légitimée dans certains pays une notion de culture profondément réticente à l'approche commerciale et marchande» (OLC).

À la différence du contexte états-unien, dans les pays européens, l'appareil de communication s'est ajouté à d'autres types d'institutions organisatrices du consensus qui se sont progressivement vues bousculées par de nouveaux agents de l'hégémonie, au nombre desquels on compte à l'évidence les firmes transnationales. Et, à cet égard, Armand Mattelart rappelle que les analyses lacunaires concernant la généalogie des systèmes de communication en Amérique latine ont occulté leur apport singulier dans la formation de l'État et de la société civile<sup>51</sup>. À force de donner une valeur absolue aux variables «privé» ou «public», «commercial» ou «non-commercial» pour catégoriser les systèmes de communication, il y a un risque à considérer les dispositifs médiatiques établis sous régime commercial comme ne pouvant qu'être automatiquement des mécanismes de reproduction du modèle social et économique leur ayant donné naissance. Un tel réductionnisme omet de faire place à l'articulation qui s'opère «entre le mode de fonctionnement marchand et l'ensemble des appareils reproducteurs du consensus, dans les diverses réalités nationales» (UGO). Il se couple par ailleurs souvent à une vision qui tend à ramener les modes concrets de production de la communication et les contradictions sociales qui leur sont inhérentes, aux seuls «appareils idéologiques» étatiques et voit donc en l'État «le lieu de reproduction tautologique du pouvoir» (CFS). Ces lacunes témoignent spécialement, selon Armand Mattelart :

50 Granjon (Fabien), Cardon (Dominique), *Médiactivistes*, Paris, Presses de SciencesPo, 2013; Sénécal (Michel), *L'espace médiatique*, Montréal, Liber, 1995.

51 Cf. les longues introductions de: Mattelart (Armand), Siegelau (Seth) eds., *Communication and Class Struggle*, vol. 1 et vol. 2, Bagnole/New York, IG/IMMRC, 1979/1983.

«D'une incapacité de certains secteurs des forces progressistes à concevoir le fonctionnement des appareils de communication en dehors des schémas de la "théorie de la manipulation". La télévision, la radio, la presse, le cinéma sont appréhendés comme des outils directement manipulés par le pouvoir à des fins de reproduction mécanique de ses normes, ses valeurs, ses modèles et ses signes, sans voir qu'ils sont aussi des lieux de production du pouvoir. De façon plus substantielle, cette conception dualiste renvoie à un manque d'interrogation sur la société civile et, au-delà, sur la notion même de démocratie, en général et en particulier. Une démocratie qui comme la liberté ne se postule pas, mais se conquiert!» (UGO).

Le meilleur remède à ces «malformations congénitales de la recherche sur les moyens de communication» est par conséquent d'en connaître l'histoire et le rôle réel joué par chacun d'eux dans chaque réalité sociale spécifique, car «tous les appareils de communication n'ont pas, dans chaque formation sociale, le même poids spécifique. Et les contradictions qui les traversent ne sont pas non plus les mêmes dans tous les pays. La conception même de la liberté de la presse varie d'un appareil à l'autre, d'un régime à l'autre et tous les États démocratiques libéraux ne la conçoivent pas de la même façon, ni même toutes les dictatures» (UGO). Cela nous ramène dès lors à la nécessité de prendre en compte l'histoire particulière à chaque nation corrélativement aux formes assumées par l'expansion du capital dans la sphère de production de la culture et de la communication, en relation avec les politiques des groupes et classes sociales qui composent chaque société nationale: «[dans] l'analyse de l'impact des firmes transnationales dans les pays en voie de développement, il est [ainsi] urgent de rétablir notamment une analyse qui considère les *bourgeoisies locales* comme des *sujets sociaux* et non plus comme de simples réceptacles passifs qui reproduiraient mécaniquement les normes, les valeurs et les signes du pouvoir transnational» (MAIC). Plus secondairement sans doute que la nécessité de saisir cette dialectique de la culture nationale avec le processus de transnationalisation, il s'agit également, en chaque période du développement des systèmes de communication, de considérer la manière dont les modèles technologiques émergents permettent d'intégrer les techniques antérieures et donner à l'ensemble une relative cohérence mise au service des intérêts du capital:

«Avec la fascination technologique, c'est l'histoire de la longue accumulation des pratiques de résistances antérieures, dans le champ de la communication, qui risque de disparaître. L'histoire de cette accumulation est balayée par l'artefact – dernier arrivé, car la logique du marché est de fonctionner en temps réel. Le procès d'atomisation opère à un double niveau: celui du temps (on recommence à zéro à chaque nouvelle technologie), celui de l'espace (on perd la mémoire d'un possible réseau de solidarité à partir de pratiques sociales multiples et complémentaires)» (CFS).

Si les premiers forums de la paléotélématique portent des projets «alternatifs» qui n'ont pas grand-chose en commun avec des stratégies capitalistes, voire s'y opposent, la première informatique connectée a pourtant fini par être envisagée et vendue comme solution de sortie de crise politique contribuant «à la reconstruction d'un "consensus" national et international» (OLC). Aussi, l'avènement des «nouvelles» technologies de communication peut autant représenter une occasion propice au développement d'un regard historique, qu'un habile procédé pour s'en écarter définitivement:

«L'histoire des grands systèmes de communication de masse pourrait être faite à partir de l'examen des schémas implicites ou explicites des alliances sociales qui les sous-

tendent: schémas qui définissent des classes et des groupes bénéficiaires, qui privent d'autres du pouvoir de définir leur propre identité; schémas qui orientent des priorités dans la façon dont sont utilisées les ressources de créativité d'un groupe, d'un pays, d'une région. Schémas enfin qui fixent les références dominantes, c'est-à-dire celles qui déterminent ce qu'est une culture "légitime". C'est la conscience de ce fait qui permet de comprendre pourquoi aujourd'hui plus que jamais dans l'histoire les systèmes de communication sont au cœur de la redéfinition de la vie démocratique» (OCL).

«Une chose est certaine; moins la connaissance du fonctionnement de l'ensemble du système de communication est poussée, plus est grand le risque de floraison de discours utopiques et anhistoriques sur les technologies de communication, tous discours, toutes mythologies sur la démocratie électronique qui nous font croire que les techniques bouleversent unilatéralement les rapports sociaux et suppriment comme par enchantement les inégalités d'accès aux biens culturels. [...] Sans la construction d'une "mémoire" du système de communication, le risque est grand de passer de Charybde en Scylla, c'est-à-dire d'une société qui, pendant longtemps, a refoulé la réflexion sur son dispositif technique de communication à une société où la fascination technologique laisserait dans l'ombre toute interrogation sur le modèle de société sous-jacent à ces choix techniques» (AFCT).

## LA FACE CACHÉE DU FONCTIONNALISME

Aux États-Unis, la critique des systèmes médiatiques est évidemment, à l'époque comme aujourd'hui, une approche minoritaire. Au cours des années 1960, Schiller, Smythe ou encore Thomas Guback forment un groupe d'universitaires s'efforçant de battre en brèche les théories dominantes ayant cours au sein de la recherche en communication états-unienne: d'une part, en mobilisant une analyse marxiste des rapports de production de la culture et de la communication, et, d'autre part, en démontant systématiquement les mécanismes de pouvoir, de domination politico-économique et de contrôle social qui tendent alors à se ramifier à l'échelle internationale<sup>52</sup>. Schiller produit sa première étude sur l'internationalisation de la communication et ses liens avec le complexe militaro-industriel<sup>53</sup> et Guback mène, pour sa part, une recherche sur l'industrie cinématographique hollywoodienne et ses réseaux de distribution transnationaux<sup>54</sup>. Parallèlement, en Grande-Bretagne<sup>55</sup> et en Amérique latine<sup>56</sup>, se développent des

52 Cf. Mosco (Vincent), *The Political Economy of Communication*, Londres, Sage, 1996.

53 Schiller (Herbert I.), *Mass Communications and American Empire*, New York, Augustus M. Keeley Publishers, 1969.

54 Guback (Thomas), *The International Film Industry*, Bloomington, Indiana University Press, 1969.

55 Cf. Murdock (Graham), Golding (Peter), «For a Political Economy of Mass Communication», *Socialist Register*, vol. 10, n° 10, 1973, pp. 205-234; des mêmes auteurs: «Capitalism, Communication and Class Relations», in Curran (James), Gurevitch (Michael), Woollacott (Janet) eds., *Mass Communication and Society*, London, Edward Arnold, 1977, pp. 12-43; Garnham (Nicholas), «Contribution to a Political Economy of Mass Communication», *Media, Culture & Society*, n° 1, 1979, pp. 123-146; Halloran (James D.), *Control or Consent? A Study of the Challenge of Mass Communication*, London, Sheed & Ward, 1963.

56 Cf., par exemple, Diaz Rangel (Eleazar), *Pueblos subinformados: Las agencias de noticias y América Latina*, Caracas, Universidad central de Venezuela, 1967; Beltran (Luis Ramiro), *Communication in Latin America: Persuasion for Status Quo or for National Development*, PhD Thesis, Michigan State University, East Lansing, 1970; Muraro (Heriberto), «Quienes son los dueños de los medios

recherches faisant fond sur des approches matérialistes hétérodoxes et ayant pour préoccupations les phénomènes d'internationalisation des industries de la culture et de la communication. Hormis les perspectives théoriques et les attendus axiologiques que partagent ces chercheurs, leurs travaux s'accordent également en ce qu'ils reposent sur des enquêtes empiriques particulièrement bien documentées<sup>57</sup>. Celles-ci s'appuient le plus souvent sur une grande variété de sources documentaires issues des industries et des instances gouvernementales, servant à retracer les structures et les dynamiques relativement au développement de la communication de masse (notamment aux États-Unis) et du projet de son expansion sans frontières. En guise d'exemple, un ouvrage comme *L'Ordinateur et le tiers monde*, écrit par Armand Mattelart et Héctor Schmucler (1983) se fonde sur une enquête de terrain qui a amené ses auteurs, deux ans auparavant, à parcourir «sept pays choisis en fonction de leur niveau de développement technologique et de l'intérêt politique, économique et social qu'ils représentaient: le Mexique, Panama, le Venezuela, la Colombie, le Pérou, le Chili, le Brésil». Et de préciser:

«Nous avons consulté de nombreux centres d'information, des archives publiques et privées. Nous avons eu des entretiens avec des responsables d'organismes officiels (ministères des Communications, entreprises spécialisées du secteur, organismes chargés de la politique informatique) et des responsables d'institutions de recherches. Nous avons rencontré des dirigeants d'entreprises électroniques et informatiques, des associations professionnelles, des chercheurs, des universitaires, des dirigeants d'organisations sociales» (FICA).

Ce type de démarche ne manque pas de surprendre les éditeurs français à qui Armand Mattelart propose, au milieu des années 1970, le manuscrit de *Multinationales et systèmes de communication*, pour lequel il va essuyer plusieurs refus, avant de finalement le confier à la maison d'édition Anthropos, ayant publié son livre précédent *Mass media, idéologies et mouvement révolutionnaire* (cf. tomes 1 et 2):

«Le démontage des rapports de force à l'œuvre dans les systèmes techniques de communication semblait chez eux avoir l'effet contraire à l'esprit de ma recherche qui était d'ouvrir vers une prise de conscience politique des enjeux d'un nouveau système de pouvoir. Dans la représentation dominante, mon livre devenait anxiogène. Il "démobilisait", m'avait même dit l'un d'eux. Il les décontenançait d'autant plus qu'il s'agissait d'une étude empirique construite à partir de sources ouvertes et multilingues. De la presse économique aux revues sur l'aérospatial jusqu'aux publications des institutions militaires. L'expansion fulgurante des technologies de l'information et de la communication à usage civil et militaire dans les décennies suivantes démontrera

---

de comunicación en América Latina», *Crisis*, n° 1, mai 1973, pp. 48-54 ; «Los dueños de la televisión argentina», *Crisis*, n° 2, juin 1973, pp. 52-60 ; «El negocio de la publicidad en la televisión argentina», *Crisis*, n° 3, juillet 1973, pp. 64-69.

57 L'approche matérialiste nécessite un travail sur des matériaux empiriques. Les travaux de Marx et Lénine en sont de très bonnes illustrations. «Il faut que, dans chaque cas particulier, l'observation empirique montre dans les faits, et sans aucune spéculation ni mystification, le lien entre la structure sociale et politique et la production»: Marx (Karl), Engels (Friedrich), *L'Idéologie allemande*, *op. cit.*, p. 49. Cf. aussi la documentation réunie par Vladimir Ilitch Lénine pour rédiger *Le développement du capitalisme en Russie* (Paris/Moscou, Éditions sociales/Éditions de Moscou, 1974).

pourtant que l'état des lieux qui pouvait apparaitre apocalyptique dans les années 1970 était bien en deçà de l'escompté<sup>58</sup>».

La réception ambiguë de cet ouvrage de la part des éditeurs français témoigne de l'écart existant entre, d'un côté, une approche déjà familière des milieux critiques nord et sud-américains que fréquente alors Armand Mattelart<sup>59</sup> et, de l'autre, les représentations que l'*intelligentsia* française se fait des multinationales et de leurs liens avec le développement des industries de la culture et de la communication : « [l'impensé] sur la sphère transnationale rejoignait les béances de la réflexion sur le lien entre culture et économie, création et industrie, culture et système technique<sup>60</sup> ». L'économie politique critique de la communication émerge donc, aux États-Unis comme ailleurs, au sein d'un environnement universitaire encore largement dominé par le courant fonctionnaliste<sup>61</sup> (y compris en France s'agissant de la sociologie des médias) tel qu'il est développé, dès le début des années 1940, par Paul F. Lazarsfeld et ses collègues autour de la nécessité d'une recherche administrative<sup>62</sup> qu'ils conduiront notamment, pour ce qui les concerne, au sein du *Bureau of Applied Social Research* de l'Université de Columbia (NYC). Armand Mattelart est amené à côtoyer Charles R. Wright, enseignant de l'Université de Californie, pionnier de la sociologie des médias aux États-Unis et recruté, comme lui, par l'École de sociologie de l'Université catholique du Chili. Ainsi, va-t-il se confronter aux travaux de ce collègue nord-américain dont les postulats ne sont pas sans lui rappeler ceux de la sociologie diffusionniste des innovations<sup>63</sup> et ses modèles béhavioristes guidant les stratégies médiatiques instaurées par les experts états-uniens dans le cadre de leur programme de régulation des naissances, et dont il avait procédé à l'analyse critique à titre de démographe. Comme on le sait, cette sociologie des médias attribue des fonctions aux moyens de communication dont la typologie est déterminée d'après les activités correspondant aux fonctions qui leur sont justement attribuées<sup>64</sup>. L'approche de Wright s'inspire directement des fonctions des médias définies précédemment par Harold D. Lasswell : « a) la surveillance de l'environnement, en révélant tout ce qui pourrait menacer ou affecter le système de valeurs d'une communauté ou des parties qui la composent; b) la mise en relation des composantes de la société pour produire une réponse à l'environnement; c) la transmission du patrimoine social<sup>65</sup> »; fonctions auxquelles Robert K. Merton et Paul Lazarsfeld ont ajouté celle du divertissement (*entertainment*), tout en complexifiant aussi le schéma fonctionnel par la possibilité d'en déceler des dysfonctions (« effets paradoxaux »), ainsi que des fonctions latentes

58 Mattelart (Armand), *Pour un regard-monde*, op. cit., p. 137.

59 Mattelart (Armand), *Agresión desde el espacio*, Buenos Aires-Mexico, Siglo XXI, 1973; *La cultura como empresa multinacional*, Mexico, Era, 1974.

60 Mattelart (Armand), *Pour un regard-monde*, op. cit., p. 138.

61 Cf., par exemple, Schramm (Wilbur) ed., *Mass communications*, Urbana/Chicago/London, University of Illinois Press, 1975.

62 Lazarsfeld (Paul F.), « Remarks on Administrative and Critical Communications Research », *Studies in Philosophy and Social Science*, n° 9, 1941, pp. 2-16. Pour un critique, cf. Pollak (Michael), « Paul F. Lazarsfeld, fondateur d'une multinationale scientifique », *Actes de la recherche en sciences sociales*, 1979, n° 25, pp. 45-69.

63 Rogers (Everett M.), *Diffusion of Innovation*, New York, Free Press, 1962.

64 Wright (Charles R.), *Mass Communication. A Sociological Perspective*, New York, Random House, 1959.

65 Lasswell (Harold D.), « The Structure and Function of Communication in Society », in Bryson (Lyman) ed., *The Communications of Ideas*, Harper, New York, 1948, pp. 203-234.

et manifestes. Cela, toutefois, sans changer un quelconque axiome de cet empirisme «du pire» dans le cadre duquel s'exprime un vitalisme fonctionnel postulant une forme d'homéostasie sociale. D'après Merton, ces fonctions sont des «conséquences observées qui favorisent l'adaptation ou l'ajustement du système donné», tandis que les dysfonctions sont celles «qui réduisent l'adaptation ou l'ajustement du système<sup>66</sup>». À l'identique de la conception initiale de Lasswell énonçant un rapport de cause à effet entre la structure du message et la structuration de la réception, le schéma fonctionnel, à peine amendé, considère toujours l'audience comme une cible amorphe et malléable, obéissant aux stimuli des médias et dont il ne resterait qu'à mesurer les bons et les mauvais effets :

«Théorie de l'équilibre social, la sociologie fonctionnaliste excelle à enregistrer passivement comment la presse, la radio et la télévision fonctionnent dans le contexte de normalité bourgeoise. Mais elle est incapable d'avancer un schéma d'interprétation lorsque la "dysfonction" est telle que l'hégémonie et la légitimité de l'ordre communicationnel existant et de la classe qui lui correspond, courent le risque d'être renversés, laissant poindre un autre projet d'organisation sociale» (CEPM).

Il s'agit en définitive d'une sociologie qui, «dans ses présupposés épistémologiques, s'est montrée d'entrée de jeu réticente par rapport à une appréhension critique du système social où elle opère» («La critique de la communication research» – CCR). Fondé sur une notion de la communication, prétendument neutre, objective, sans connotations de classe et exempte de contradictions, ce schéma d'analyse exclut de facto toutes transformations éventuelles suggérées par ces dysfonctions : «l'indicateur de rupture (dysfonctionnement) n'est jamais pris en compte dans son aspect prospectif ou de transformation» (CCR). Il ne laisse pas davantage de place à d'autres modes possibles de production de la communication que ceux légitimés par le système existant, faisant ainsi de la perspective fonctionnaliste une idéologie du statu quo, de la reproduction d'une société qui ne peut être, demain, qu'organiquement identique à ce qu'elle est aujourd'hui, rempart à toute forme de contestation de l'ordre établi. Le déni de la dimension historique est assuré par un investissement dans un positivisme utilitariste dont la rationalité objective est présentée comme exempte de jugements de valeur. Mais l'excès de données empiriques censés asseoir des jugements de fait ne conduit qu'à l'«incompréhension de l'interaction des forces sociales, ainsi que leur incapacité structurelle à saisir et retenir les moments décisifs où l'hégémonie d'une classe déterminée est remise en question et où la totalité des fondations de l'édifice social commence à s'écrouler» (CEPM). D'ailleurs, n'est-ce pas là le propre de l'idéologie technocratique que de prétendre l'apolitisme du projet de société qu'elle porte, un apolitisme fondé sur la supposée «asepsie» des instruments au moyen desquels se matérialise ce projet, c'est-à-dire ici la science et la technologie<sup>67</sup> «neutres, libres par rapport à leurs conditions de

66 Merton (Robert K.), «La sociología del conocimiento y las comunicaciones para las masas», in *Teoría y estructuras sociales*, Mexico, Fondo de Cultura Económica, pp. 28-94.

67 À propos des techniques utilisées dans les programmes de télé-éducation, telle que *Sesame Street* (cf. *infra*), Armand Mattelart souligne qu'elles semblent ne pas avoir de valeur en soi pour ceux qui les mobilisent, «qu'elles ne tirent leur valeur que de l'objet qu'elles désirent publiciser ou lancer sur le marché». Aussi, semble-t-il que «[s] cet objet ou cette attitude, que l'on cherche à promouvoir, est frivole, la technique contribuera à la déformation des spectateurs. Si en revanche le produit offert est positif, la technique sera l'instrument de la désaliénation du téléspectateur. Ces prémisses admettent

production» («De nouveaux paradigmes» – DNP)? Cette disjonction entre science et idéologie, qui est aussi au principe de la doctrine post-industrielle apparaît pour le moins superficielle quand on sait comment la communication research aborde les médias de masse dans son rapport avec un contexte donné :

«D'une part, l'approche des effets révèle sa nature thérapeutique et opératoire : améliorer la relation entre un public donné et une entreprise commerciale dont la vocation est de communiquer (comme le notait Herbert Marcuse, l'objectif est de "rechercher un équilibre entre les désirs des acheteurs et les besoins des entreprises et de la politique"<sup>68</sup>). D'autre part, sa vision des fonctions indique une préoccupation univoque : déterminer les centres d'intérêt du récepteur. D'un côté comme de l'autre, l'empirisme endosse par avance le système social dans lequel le média s'inscrit. Les limites de l'observation sont celles de l'ordre existant. Ainsi se dissout la question préalable, à savoir, celle de la légitimité du choix du système établi en tant qu'ultime référence normative» (CCR).

En fait, la sociologie fonctionnaliste s'attache à analyser la communication de masse depuis les présupposés économiques et politiques des commanditaires de la recherche qui en assurent non seulement le financement, mais en définissent les orientations<sup>69</sup>. Ainsi, précise Armand Mattelart, les études parrainées par les producteurs de la nouvelle télé-éducation cherchent uniquement la confirmation des objectifs préétablis par leurs soins : «[il] s'agit d'administrer et de planifier les contenus explicites, ceux qui sont chargés d'apprendre aux enfants à compter, à épeler les lettres et à nommer les choses, en négligeant tout ce qui n'est pas l'apparence et la superficie de la société existante («Les séries de la télé-éducation américaine» – STA).

Ce type de recherche administrative prend une ampleur considérable à partir de la Seconde Guerre mondiale. Il voit notamment son budget augmenter de manière fulgurante, proportionnellement aux intérêts de connaissance des diverses agences états-uniennes (militaires ou de renseignement) pour les luttes de libération nationale et les mouvements révolutionnaires auxquels ils entendent s'opposer dans un combat

---

dès lors que la "technique de communication" est intrinsèquement neutre (et avec elle l'ensemble de l'appareil scientifique et technologique, comme le démontrent clairement les épisodes de la série qui illustrent le rôle de la science et des hommes de science). Elle ne commencerait à avoir de signe qu'à partir de ses effets, négatifs ou positifs, bons ou mauvais. À travers cette conception moraliste de la technologie, bonne et innocente ou mauvaise et coupable selon ses buts louables ou pervers, se profile le mythe très simplifié de l'idéologie technocratique, dont les conclusions conservatrices sont claires : les formes culturelles existantes sont les seules possibles pour communiquer la réalité ; ce qu'il faut changer c'est uniquement le signe des messages qu'elles doivent contenir» (STA).

68 Marcuse (Herbert), *L'Homme unidimensionnel*, Paris, Minuit, 1968, p. 131.

69 Ce qui est indéniable du côté des États-Unis, semble également vérifié, au mitan des années 1980, du côté de la France : «La recherche sur les auditoires des médias audiovisuels est largement dominée par le secteur privé commercial, donc largement dépendante des besoins des annonceurs et de ses clients. Les quelques recherches réalisées dans les institutions officielles ou universitaires sur l'analyse du public et sur l'effet des médias n'arrivent pas à combler l'ignorance réelle dans laquelle on se trouve quant aux "procédures de consommation" des téléspectateurs et des auditeurs. Ainsi, il n'existe pratiquement aucune étude qui analyse comment les téléspectateurs consomment les programmes, sur ce qu'ils en font, comment ils se les approprient, comment, au besoin, ils les détournent. Dans la même foulée, il y a peu d'interrogations sur la notion de "participation" des publics et celle d'"interaction", alors que les technologies dites "interactives" s'annoncent» (AFCT).

mené sur les plans à la fois idéologique, politique, économique et militaire et dont les systèmes de communication deviennent des éléments majeurs (Armand Mattelart évoque une «barrière de contention face à la menace révolutionnaire» – «Pour une lecture géopolitique de l’ethnocentrisme» – PLGE). Ceux-ci jouent manifestement un rôle toujours plus important dans les questions d’ordre géopolitique, en particulier sous les auspices de la confrontation entre les blocs de l’Est et l’Ouest :

«Le contexte est à la demande d’études administratives, conditionnée par les besoins engendrés par la guerre froide. Hors de la recherche liée directement au développement et aux plans d’assistance [...], les études ont alors des visées essentiellement opérationnelles en lien avec la propagande, la guerre psychologique et les radios gouvernementales [...]. Cet impératif de la recherche administrative ne faisait que confirmer l’idée selon laquelle la communication devait d’abord servir à faire la guerre. Idée déjà présente dans l’entre-deux-guerres lorsque les spécialistes de la propagande avaient tiré profit de l’expérience accumulée au cours du premier conflit mondial pour jeter les bases d’une théorie des relations publiques en temps de paix, ainsi qu’une première réflexion sur les “fonctions” des moyens de communication dans la démocratie de masse<sup>70</sup>».

Ce schéma fonctionnaliste ignore tout autant les études critiques sur la culture et la communication que les formes d’expression développées dans les luttes qui menacent l’«équilibre social» dont, par exemple, «les réseaux de communication clandestine, créés et utilisés par de nombreux peuples qui résistent à l’oppression et qui déjà constituent un mode de communication d’un type nouveau» (CEPM). De ce point de vue, parce qu’elle réduit le plus souvent les réactions du récepteur à ces motivations psychologiques, il y a sûrement, suggère Armand Mattelart, un parallèle à faire «entre l’attitude psychologisante du fonctionnalisme et celle de la presse libérale quand cette dernière tente d’interpréter l’action subversive ou contestataire au travers des traits psychologiques de ses acteurs, disculpant ainsi le système social» (CCR) :

«Effets et fonctions ont en réalité déplacé le centre de gravité de la problématique des médias de masse vers le *sujet*<sup>71</sup>. Dans les études visant à détecter les effets sur un certain public, l’objet (c’est-à-dire le support lui-même : le média) est considéré seulement en fonction de la relation de formation ou de déformation qu’il peut avoir avec le sujet (l’audience). L’objet, du fait de ne pas être étudié dans son immanence, est en quelque sorte privé de son caractère spécifique qui est d’être le support d’un ou de plusieurs messages. Il est vrai que l’analyse de contenu met l’accent sur l’objet, mais elle est considérée, avant toute chose, comme un moyen de fournir au chercheur des indices qu’il pourra ensuite tester auprès du public, afin d’en évaluer les effets. En second lieu, on ne considère que le contenu manifeste, empiriquement identifiable et statistiquement réductible. Cette remarque est centrale vu qu’elle met en question

70 Mattelart (Armand), «De la difficulté à penser l’international au regard de l’histoire : leçons d’un itinéraire intellectuel», in George (Éric), Granjon (Fabien) dir., *op. cit.*, pp. 24-25.

71 Il faut ici préciser que cette attention au *sujet*, n’a bien évidemment pas de rapport avec la mise en valeur dudit sujet dans les perspectives que développeront des chercheurs qui penseront la culture (davantage que les médias) à partir d’un intérêt pour le quotidien, l’ordinaire, la tactique, etc. (Michel de Certeau, Michel Foucault, Georges Balandier, etc.). Toutefois, comme le notent Armand et Michèle Mattelart : «l’accent mis sur l’événement, le *quotidien*, l’*ordinaire du sens* peut verser dans l’oubli des grands dispositifs du pouvoir. Le refus de survaloriser la “structure” peut avoir son envers dans l’utopie de l’autonomie de la “résistance”» (DNP); cf. tome 2.

l'insuffisance de cette technique de recherche. Sont uniquement retenus l'univers des dénnotations et systématiquement écartés ceux des connotations, à savoir les contenus latents, car non quantifiables qui donnent accès à un autre type d'entendement. Les prendre en compte serait – pour le chercheur de la *communication research* – s'introduire sur le terrain glissant des procès d'intention» (CCR).

Il s'avère finalement peu étonnant que l'approche fonctionnaliste des médias en vienne à annuler «toute possibilité de recherche sur la place occupée par l'émetteur dans la structure de pouvoir» et la capacité de celui-ci à développer un sens critique. Elle évince également «toute interrogation sur l'incidence que la situation de l'émetteur, en tant que participant d'un pouvoir pourrait avoir sur le contenu de ce qu'il émet» (CCR). Ce qui en fait «une sociologie empiriste qui morcelle la réalité et dont la seule ligne de continuité est celle de la ratification de l'état actuel des choses, une sociologie incapable de concevoir le passage d'une société vers une autre<sup>72</sup>»:

«Ce que Marx écrivait dans la postface à la seconde édition allemande de sa somme *Le Capital* à propos de la science de l'économie politique bourgeoise est applicable à la sociologie fonctionnelle à l'ordre dominant: “Tant qu'elle est bourgeoise, c'est-à-dire tant qu'elle voit dans l'ordre capitaliste, non une phase transitoire du progrès historique, mais bien la forme absolue et définitive de la production sociale, l'économie politique ne peut rester une science qu'à condition que la lutte des classes demeure latente ou ne se manifeste que par des phénomènes isolés”<sup>73</sup>» (CEPM).

## INDUSTRIE(S) CULTURELLE(S) ET CULTURE DE MASSE

Du côté de la critique, toutes les propositions ne sont pas exemptes d'impensés. Parmi elles, la théorie de l'industrie culturelle va constituer un repère conceptuel important à partir duquel vont être menées, particulièrement en Amérique latine, des analyses sur les médias et la culture de masse qui ne satisfont pas complètement Armand Mattelart. Il en effectue donc une critique serrée tout en rappelant qu'il ne s'agit évidemment pas de «"blanchir" les industries culturelles de la menace de standardisation qu'elles font courir – à des fins de rentabilité économique et de contrôle idéologique – sur les produits culturels, ou de nier que la culture soit menacée d'un processus de marchandisation» (ICEF). Figures majeures de l'École de Francfort, un temps réfugiés aux États-Unis où ils découvrirent la sociologie fonctionnaliste, Theodor W. Adorno et Max Horkheimer vont élaborer, à partir de l'observation parfois impressionniste<sup>74</sup>

72 Mattelart (Armand), «Criticas a la “Communication Research”», in Mattelart (Armand), Piccini (Mabel), Mattelart (Michèle), *op. cit.*, p. 22. Pour une critique complète, acérée et très documentée du fonctionnalisme, cf. également les premiers chapitres de: Beaud (Paul), *op. cit.*

73 Marx (Karl), «Postface de la seconde édition allemande», *Le Capital. Livre Premier*, in *Œuvres. Économie*, vol. 1, Paris, Gallimard, 1965, p. 553.

74 Christophe Magis note néanmoins, à la suite de David Jenemann que «la période américaine d'Adorno (1938-1952) [...] n'est pas du tout marquée par un (auto-)maintien du philosophe à l'écart des industries du divertissement. Au contraire, certains travaux importants sur ses années d'exil ont montré qu'il avait une importante expérience “de l'intérieur” de ces industries, ayant travaillé sur plusieurs projets au sein d'une institution radiophonique puis ayant ensuite été conseiller musical. [...] Le concept [d'industrie culturelle] sert de cadre dans les travaux suivants, aux États-Unis comme après le retour en Allemagne des penseurs exilés, pour des études bien plus empiriques sur le

des réalités médiatiques nord-américaines (avant tout la radio et le cinéma) une *théorie de l'industrie culturelle* (*Kulturindustrie*) qui initialement se voulait plutôt une théorie de la culture de masse, dont ils craignaient qu'elle ne soit prise pour un synonyme d'*art populaire*<sup>75</sup>. Cette thèse suppose que les médias tels qu'ils se développent au sein des sociétés capitalistes avancées sont avant tout des instruments régressifs de domination, de mystification des masses, et participent au processus général de production de la culture comme marchandise, entraînant la dissolution de la puissance critique de ladite culture, c'est-à-dire des potentiels qu'elle offre au sujet social pour réaliser ses capacités critiques (*Bildung*) : « [la] praxis entière de l'industrie culturelle applique carrément la motivation du profit aux produits autonomes de l'esprit. [...] Les productions de l'esprit dans le style de l'industrie culturelle ne sont plus aussi des marchandises, mais le sont intégralement<sup>76</sup> ». En d'autres termes, les auteurs postulent de manière implicite le mythe de la toute-puissance des médias<sup>77</sup> car, estiment-ils, la mystification des masses passe surtout par « l'omniprésence du stéréotype imposé par la technologie, [davantage] que dans les idéologies vieilles et rebattues que doivent cautionner les contenus éphémères<sup>78</sup> ». Portées par des dispositifs techniques éminemment structurants, les œuvres structurées viendraient à structurer les subjectivités des individus vers un horizon de passivité<sup>79</sup>. Horkheimer et Adorno dénoncent le fait que les communications uniformisent les sujets sociaux en les isolant, que la culture se retrouve sous l'emprise inéluctable de la technique et de la raison instrumentale et que soumis à la valeur d'échange, l'art perd son authenticité en tant que ferment émancipatoire et révolutionnaire : « [la] transformation de l'acte culturel en valeur [d'échange] abolit sa puissance critique et dissout en lui les traces d'une expérience authentique » (ICEF). Le mode industriel de production donnerait ainsi naissance à une culture sérialisée, standardisée (en fait une *standardisation diversifiée*), dégradée, « sacrifiant tout ce qui faisait la différence entre la logique de l'œuvre

---

déploiement de l'irrationalité ordinaire par la lecture des rubriques astrologiques, sur les pratiques culturelles des classes populaires ou sur la télévision», *op. cit.* Cf. Jenemann (David), *Adorno in America*, Minneapolis, University of Minnesota Press, 2007.

75 Adorno (Theodor W.), « L'industrie culturelle », *Communications*, n° 3, 1964, pp. 12-18.

76 *Ibid.*, p. 13.

77 Paradoxalement, Armand Mattelart souligne que c'est, là, « oublier, comme le signalaient déjà Adorno et Horkheimer que "les standards de la production sont prétendument basés sur les besoins des consommateurs" » (ACH).

78 Horkheimer (Max), Adorno (Theodor W.), « La production industrielle de biens culturels. Raison et mystification des masses [1947] », *La Dialectique de la raison*, Paris, Gallimard, 1974, p. 145.

79 Le pessimisme radical des chercheurs francfortois contraste sensiblement avec l'analyse de Walter Benjamin qui, dans un texte écrit dix ans avant *La Dialectique de la raison*, démontre que la reproduction mécanique de l'œuvre nous confronte à une conception mysticiste de l'art qu'il qualifie de « culturelle » et pour laquelle, contrairement à ce qui est parfois affirmé, il n'entretient guère d'enthousiasme : Benjamin (Walter), « L'œuvre d'art à l'ère de sa reproductibilité technique [1936] », in *L'Homme, le langage et la culture*, Paris, Denoël, 1971, pp. 137-181. Bertolt Brecht évoquera, pour sa part, l'existence d'une « culture matérielle » : « [il] n'y a que ceux dont les yeux se ferment devant la redoutable puissance de ce processus révolutionnaire, lequel emporte, sans le moindre scrupule, ni la moindre hésitation, tous les objets de ce monde dans la circulation des marchandises, qui peuvent croire que les œuvres d'art de quelque genre que ce soit puissent encore lui échapper. Car le sens profond de ce processus est de ne rien laisser sans relation avec autre chose, de tout lier, de la même façon qu'il livre tous les hommes (sous forme de marchandises) à tous les hommes : c'est très exactement le processus de la communication » (*Sur le cinéma, op. cit.*, p. 177).

et celle du système social<sup>80</sup>», et marquée par la division du travail : une culture affirmative de conformation qui ne sublime plus, mais réprime, ajustée qu'elle est aux nouvelles formes de barbarie dans lesquelles l'humanité sombrerait : «“Nul ne doit avoir faim ou froid ; tout contrevenant ira au camp de concentration” : cette plaisanterie qui vient de l'Allemagne d'Hitler pourrait servir d'enseignement à toutes les entrées d'établissements de l'industrie culturelle<sup>81</sup> ». Assurément, Horkheimer et Adorno «[fixent] de manière exemplaire la faillite de la culture, sa chute dans la marchandise. La transformation de l'acte culturel en valeur abolit sa puissance critique et dissout en lui les traces d'une expérience authentique» (ICEF).

À première vue, le mérite de cette approche réside dans la prise de conscience de la conjonction des rapports entre technologie, culture, pouvoir et économie, ainsi que dans «la nécessité implicite d'assurer la reproduction métabolique du système de rapports sociaux qui contribue à uniformiser les produits de la culture de masse de l'Empire» (STA). Mais, paradoxalement, bien que les deux intellectuels allemands se préoccupent de la production industrielle des biens culturels, ils ne considèrent pas pour autant cette production en tant qu'ensemble diversifié de composantes socioéconomiques précises, correspondant à des modes de fonctionnement, des statuts spécifiques (privé/public, marchand/non-marchand), et s'insérant dans une plus large activité économique : «[si] l'articulation de l'industrie culturelle et du capitalisme est requise, affirme Armand Mattelart, c'est moins par souci d'éclairer un moment du capitalisme qu'à titre de preuve de la dégradation du rôle philosophico-existential de la culture. Aussi, la référence de Horkheimer et Adorno à l'économie et aux structures de pouvoir est-elle subordonnée à cette demande de preuve-là» (ICEF). À cette époque, ces derniers estiment en effet ne plus pouvoir s'en remettre au travail de collecte de matériaux empiriques et se situent, par conséquent, essentiellement dans le champ de la théorie, ce qui les entraîne sur la pente des approches élitaires et globalisantes d'un certain «marxisme occidental<sup>82</sup>» : «[lorsque] la vie publique a atteint un stade où la pensée se transforme inéluctablement en une marchandise et où le langage n'est qu'un moyen de promouvoir cette marchandise, la tentative de mettre à nu une telle dépravation doit refuser d'obéir aux exigences linguistiques et théoriques actuelles avant que leurs conséquences historiques rendent une telle tentative totalement impossible<sup>83</sup>». Ce positionnement ayant pour postulat l'autodestruction de la Raison, les éloigne des nécessités empiriques et notamment de celles posées par la critique de l'économie politique<sup>84</sup> (et des mouvements sociaux) : «[ainsi], il est frappant de constater que la *Dialectique de l'Aufklärung* ne contient aucun chapitre qui s'occupe expressément du soubassement économique du renversement de l'*Aufklärung* en mythe, ni une théorie du droit, ni non plus un chapitre consacré aux transformations pulsionnelles subies par les sujets modernes. La théorie globale engloutit tous ces éléments particuliers qui n'ont

80 Horkheimer (Max), Adorno (Theodor W.), «La production industrielle de biens culturels. Raison et mystification des masses [1947]», *op. cit.*, p. 130.

81 *Ibid.*, p. 158.

82 Cf. Anderson (Perry), *Considerations on Western Marxism*, London, Verso, 1976.

83 Horkheimer (Max), Adorno (Theodor W.), «L'industrie culturelle», *op. cit.*, p. 14.

84 Cf. Garnham (Nicholas), *Capitalism and Communication*, London, Sage, 1990.

plus droit d'existence qu'en tant que supports factuels du discours philosophique<sup>85</sup>». Selon Armand Mattelart, l'objet véritable des analyses de Horkheimer et Adorno semble être moins le procès d'industrialisation de la culture en tant que tel, que son produit, à savoir la *culture de masse*, laquelle est allègrement stigmatisée dans la mesure où son processus de transformation en marchandise porterait directement atteinte à la valeur d'usage de l'art et fragiliserait sa fonction émancipatoire initiale :

«La culture de masse est, certes, identifiable tout d'abord aux marchandises et produits culturels de diffusion à échelle massive, que ce soit les séries de télévision, les disques, les magazines, les *comics*, les films, les spots publicitaires, les émissions de radio, etc. La vision "culturaliste", cependant, a montré une forte tendance à ne voir la culture de masse qu'à travers ces produits, pris ainsi comme fétiches, et, ce faisant, d'éluider la fonction politique qu'ils remplissent dans le mode de production capitaliste. Car, il faut le souligner, la culture de masse est devenue la superstructure vulgarisée de ce mode de production. Elle est à ce titre surtout un style de vie qui forme un tout unique et cohérent, qui crée des modèles quotidiens qui contribuent à soutenir la dynamique de la consommation et de la production. En quelque sorte, il s'agit d'une version démocratisée et popularisée de l'idéologie de la domination» (CEPM).

Bien que la publication de *Dialektik der Aufklärung* d'Adorno et de Horkheimer fut tardive en France, soit presque une vingtaine d'années après sa première publication à Amsterdam en 1947, Armand Mattelart souligne que, sur près de trois décennies, le concept d'industrie culturelle a été, pour nombre d'intellectuels et d'artistes, un outil théorique fondamental dans leur critique de la culture médiatique<sup>86</sup>. Il note également que le concept ouvrira la porte à sa récupération par divers auteurs pour qui la référence à l'économie et au politique, si elle peut être présente, ne s'inscrit de surcroît dans l'analyse qu'en toile de fond et ne revêt, *in fine*, qu'un rôle instrumental, réifiant l'industrie culturelle elle-même en ne la mettant pas suffisamment en regard de l'évolution des modes de gouvernabilité, des besoins du capital et des rapports sociaux de production. *L'Esprit du temps* d'Edgar Morin (1962) en est sans doute un bon exemple, quoique singulier. L'ouvrage envisage l'industrie culturelle comme marquée du sceau d'un antagonisme spécifique interne à sa propre dynamique : d'une part, la concentration techno-bureaucratique, la dépersonnalisation de la création et une gestion organisationnelle sérieuse, et d'autre part, la nécessité impérieuse de proposer des produits relativement nouveaux et individualisés. Structures bureaucratiques et standardisées d'un côté, créativité et invention de l'autre : « [la] contradiction invention-standardisation est

85 Christ (Julia), «La culture – un partenaire d'interaction? Questions de méthode pour une théorie critique», in Noppen (Pierre-François), Raulet (Gérard), Macdonald (Iain) dir., *Les Normes et le possible. Héritage et perspectives de l'École de Francfort*, Paris, Éditions de la maison des sciences de l'homme, 2012, pp. 72-73. Aussi, «les "faits empiriques" viennent étayer le propos en ce qu'ils le concrétisent, mais le parti pris par l'œuvre demeure cependant clair : c'est la théorie qui fait parler la factualité et non les faits empiriques qui déterminent la construction de la théorie» : Christ (Julia), «Une critique de la mêmété. Sur le rapport pratique entre la culture et l'individu dans la Théorie d'Adorno», *Réseaux*, vol. 29, n° 166, 2011, p. 102. Julia Christ nuance toutefois le propos en affirmant que, chez Adorno, la théorie de la culture reste empreinte d'un certain travail empirique d'obédience psychanalytique et économique. Il s'agit toutefois moins, selon nous, dans le fameux chapitre sur la production industrielle de biens culturels, d'un travail conséquent de production de preuves que d'un travail d'*inspiration* empirique.

86 Cf. Mattelart (Armand), Mattelart (Michèle), «La redéfinition d'un rapport : intellectuels et culture médiatique», in *Penser les médias, op. cit.*, pp. 121-161.

la contradiction dynamique de la culture de masse. C'est son mécanisme d'adaptation aux publics et d'adaptation des publics à elle. C'est sa vitalité<sup>87</sup>». Un an plus tard, Pierre Bourdieu et Jean-Claude Passeron, dans un article au vitriol publié dans *Les Temps modernes*, resté célèbre, mais sans suite<sup>88</sup>, y verront une approche peu sociologique en ce qu'elle tait les logiques de classes à l'œuvre dans le domaine des médias et de l'industrie culturelle au profit de la valorisation de contradictions par essence structurelles. Leur critique pointe l'existence d'une perspective culturalo-vitaliste de la production et d'une approche massifiante des publics et de la réception, lesquelles se trouvent rassemblées dans un «anthropologisme» globalisant qui fera écrire à Morin, dans la préface de la réédition de son ouvrage, à plus de quarante-cinq ans d'intervalle : «[nous] sommes ainsi beaucoup plus humains et plus intelligents au cinéma, parce que nous comprenons autrui alors que dans la vie réelle nous nous fermons à cette compréhension d'autrui<sup>89</sup>». Bourdieu et Passeron dénonçaient déjà, en 1963, ce type d'essayisme humaniste faisant coïncider à moindre frais dispositifs et comportements. C'est d'ailleurs depuis une critique similaire que Bourdieu s'en prendra à la vision de l'idéologie chez Louis Althusser (cf. *infra*) pour qui elle transforme les individus en sujets assujettis. Or, selon Bourdieu, il ne peut y avoir de correspondance directe entre des *systèmes d'idées-représentations sociales* et des *systèmes d'attitudes-comportements sociaux*, mais des «*penser/agir*» *dialectisant* et faisant correspondre des dispositions et des contextes.

Ce qui est ici pointé une nouvelle fois, c'est la tendance à déshistoriciser les processus de communication puisqu'ils ne sont pas véritablement saisis au travers du prisme de leurs conditions matérielles réelles de fonctionnement. Ce manquement laisse alors «la porte grande ouverte à toutes les croyances, à toutes les illusions, à toutes les mythologies» (ICEF) : voir dans la culture de masse, la culture d'une «société de masse» censée marquer la fin de la «société de classes»; la culture d'une «société du loisir» dont les temps dégagés du travail, toujours plus nombreux, seraient soustraits à l'ordre social; la culture d'une «société d'individus» tous différents, mais tous les mêmes, désacralisés, mais homogénéisés, et auxquels on s'adresse comme à une *opinion publique* («à tout le monde et à personne» – Gramsci); la culture d'une «société technologisée» qui fluidifierait le corps social et marquerait l'avènement d'une nouvelle démocratie s'accordant à une citoyenneté passive. À l'évidence, toutes ces versions de la culture de masse invisibilisent, outre le domaine qu'elles prétendent représenter, toutes «les autres forces qui font l'histoire» («Mort et transfiguration de Superman» – MTS)<sup>90</sup> :

87 Morin (Edgar), *L'esprit du temps*, INA/Armand Colin, 2008, p. 41.

88 Bourdieu (Pierre), Passeron (Jean-Claude), «Sociologues des mythologies et mythologies des sociologues», *Les Temps modernes*, n° 211, décembre 1963, pp. 998-1021.

89 Morin (Edgar), *op. cit.*, p. 20.

90 En 1968, Raymond Williams dénonce également, dans un pamphlet collectif résolument anticapitaliste, *May Day Manifesto*, les mythes de la modernisation à l'heure où la gauche socialiste s'interroge au sujet d'une possible «américanisation» de la Grande-Bretagne : «En tant que modèle de changement social, la modernisation raccourcit brutalement le développement historique de la société. Tout le passé est censé appartenir à la société "traditionnelle" et la modernisation est un moyen technique pour rompre avec le passé sans créer un avenir [...]. C'est un modèle technocratique de société, non conflictuel et politiquement neutre, dissolvant les authentiques problèmes et conflits sociaux dans les abstractions de la "révolution scientifique", du "consensus" et de la "productivité"» (Williams (Raymond) ed., *May Day Manifesto*, Harmondsworth, Penguin, 1968, p. 45).

« Cette culture de masse, que certains chercheurs se sont empressés de naturaliser, est [pourtant] essentiellement un processus historique, car l'évolution des forces productives et des contradictions de classe qui lui donnent forme détermine aussi sa dynamique. Le processus de concentration auquel on assiste à l'heure actuelle et la technologie qui se met en place dans ce contexte font ainsi émerger des messages très différents de ceux que l'étape antérieure de l'industrialisation de la culture nous a habitués à recevoir. [...] On a trop pratiqué l'analyse synchronique du processus idéologique, et pas assez la perspective diachronique qui permet d'enregistrer le parcours de ces genres et ces mythes, dans leur relation avec les changements advenus dans le rapport de forces entre les classes. Cette déficience peut s'expliquer par le fait que beaucoup de chercheurs considèrent l'idéologie dominante comme un fait monolithique et atemporel. Ils oublient qu'elle est un système changeant, une Méduse qui absorbe et qui rejette selon les phases d'une lutte où elle intervient comme acteur. Tout produit dominant est porteur non seulement de l'utopie conciliatrice, œcuménique de la classe qui l'émet, mais aussi des contradictions qui existent dans son ordre » (CEPM).

*A contrario* de l'ensemble de ces mythes, Armand Mattelart rappelle que la culture de masse est d'abord la superstructure vulgarisée, popularisée et « démocratisée » du mode de production capitaliste<sup>91</sup> : « [elle] est à ce titre surtout un style de vie qui forme un tout unique et cohérent, qui crée des modèles quotidiens qui contribuent à soutenir la dynamique de la consommation et de la production » (CEPM). Contenus, produits, marchandises, la culture de masse est *idéologique*, à la fois dispositif symbolique et de représentations, mais « aussi et surtout un ensemble de pratiques sociales<sup>92</sup> » : « [les] héros de la télévision, avec leurs modes de vie, leurs manières de manger, de boire, de parler, de marcher et de fréquenter les chaînes de restaurants, agissent, chacun à leur tour, comme vecteurs d'une norme de la culture de masse avec un mode de vie reflété dans leurs menus, la discipline et la propreté de leurs employés » (PLGE).

En France, vers la fin des années 1970, les tenants de l'économie politique de la communication et de la culture vont s'approprier le concept d'industrie culturelle, mais en le formalisant quelque peu différemment en lui attribuant un pluriel : « industries culturelles ». Se différenciant par là du concept d'origine, tout en reconnaissant leur

91 « Dans la production sociale de leur existence, les hommes entrent en des rapports déterminés, nécessaires, indépendants de leur volonté, rapports de production qui correspondent à un degré de développement déterminé de leurs forces productives matérielles. L'ensemble de ces rapports de production constitue la structure économique de la société, la base concrète sur laquelle s'élève une superstructure juridique et politique et à laquelle correspondent des formes de conscience sociale déterminées. Le mode de production de la vie matérielle conditionne le processus de vie social, politique et intellectuel en général. Ce n'est pas la conscience des hommes qui détermine leur être ; c'est inversement leur être social qui détermine leur conscience » : Marx (Karl), Engels (Friedrich), *La conception matérialiste de l'histoire*, Montreuil-sous-bois, Éditions Science Marxiste, 2008, p. 129.

92 Par exemple, « l'idéologie du journalisme n'englobe pas seulement les idées sur l'objectivité, la liberté de presse, l'opinion publique, etc., mais aussi les pratiques multiples qui consacrent cette idéologie comme unique manière de concevoir et de faire le journalisme ; ces pratiques peuvent aussi bien être les pratiques de collecte d'informations (la chasse aux nouvelles), celles de rédaction ou d'écriture, celles de la prise de vue et du montage, que les pratiques d'observation scientifique du phénomène journalistique. Toutes ces pratiques, tous ces modes de produire, traduisent une forme de rapport social avec le récepteur de l'information » (ICEF).

dette, ils justifient leur choix en expliquant que le pluriel souligne que l'œuvre est «un produit social, inséré dans des conditions de production et d'usage socialement déterminées. Or, en réalité, la valeur d'usage de ce produit est étroitement liée à la nature des rapports sociaux<sup>93</sup>». Proches de «l'école de Westminster<sup>94</sup>», ces chercheurs feront fond sur la nécessité de ne pas déroger à une charte matérialiste qui exige une analyse prenant en compte les rapports de classe, les structures de propriété et les logiques des acteurs privés et étatiques, y compris quand il s'agit de penser une production culturelle qui s'industrialise. Force est toutefois de constater que le concept initial d'industrie culturelle est détourné de son sens originel et pour partie de sa charge critique, notamment par l'économie politique de la communication française, laquelle le mobilise aujourd'hui en ne considérant plus franchement opportun de s'intéresser à la nature même des produits culturels (les contenus), plus vraiment non plus aux expériences de réception/appropriation des sujets sociaux, réduisant ainsi la *Kulturindustrie* à une notion permettant d'établir des typologies descriptives plus ou moins raffinées. À la toute fin de la décennie 1970, Armand et Michèle Mattelart écrivent *De l'usage des médias en temps de crise* dont le questionnement central se retrouve précisément dans son sous-titre : *Les nouveaux profils des industries de la culture*. Ce qu'ici le pluriel promet tient à la nécessité de produire des travaux mettant en lumière que la production de la culture et de la communication participe autant de l'évolution du système économique que celui-ci la conditionne. Il s'agit donc, une fois encore, de montrer combien «la frontière qui normalement départageait l'infrastructure et la superstructure tend à s'effacer. [De montrer] comment les mythes qui auparavant ne faisaient que circuler à travers les produits des moyens de communication de masse se matérialisent dorénavant dans les objets quotidiens et les styles de vie» (CEPM). Les «industries culturelles» portent ainsi l'impératif d'une analyse concrète des mécanismes concrets du capitalisme pour saisir la dynamique de la production industrielle de la culture et de la communication et de son insertion dans les mécanismes de «reproduction idéologique des rapports sociaux» et plus largement dans la «reproduction élargie du capital<sup>95</sup>».

Au fil des années 1970, l'apparition du concept d'«industries culturelles» dans les institutions européennes correspond également aux mutations en train de s'opérer et

93 Huet (Armel) *et al.*, *Capitalisme et industries culturelles*, Grenoble, PUG, 1978, p. 20.

94 Curran (James), «The rise of the Westminster School» in Calabrese (Andrew), Sparks (Colin) eds., *Toward a Political Economy of Culture*, Lanha, Rowman and Littlefield, 2004, pp. 13-40.

95 Huet (Armel) *et al.*, *op. cit.*, pp. 169-170. Près de quarante ans après, force est de constater que ce courant de recherche (qui semble par ailleurs avoir laissé de côté le label «critique de l'économie politique» au profit d'une «socio-économie» de plus en plus démarxisée) «tend à oublier les buts critiques initiaux de telles analyses, à savoir la production d'aperçus du rôle de la culture (produite industriellement ou non) et des médias dans les luttes sociales, le maintien des dominations et l'établissement d'alternatives. Un raffinement toujours plus évident de l'analyse des structures de production et de reproduction des dominations dans les industries médiatiques a conduit à des analyses toujours renouvelées mais, d'une certaine manière, répétées dans les différents secteurs de ces industries, de la concentration et de la conglomération et de leurs causes. On pourrait [alors se demander] si la dimension proprement *politique* de l'économie politique n'a pas été quelque peu oubliée derrière les raffinements de l'analyse socio-économique, ou principalement traitée selon la seule appréhension économique des politiques publiques de régulation et/ou de soutien à la culture, à la communication et à leurs industries»: Magis (Christophe), *op. cit.*

aux analyses qui en sont faites par les différents secteurs universitaires et institutionnels de la recherche :

« Industries culturelles : ce concept ne pouvait naître que dans des pays marqués par la tension entre le privé et le public et par l'illusion, longtemps entretenue, que les services et monopoles publics, pour être profitables à tous, n'obéissent pas à des critères de rentabilité commerciale. L'idée de service public ne suppose-t-elle pas pour beaucoup la possibilité d'existence d'un secteur non directement productif, une activité qui échappe à la logique du profit, un espace non capitaliste au sein même du capitalisme ? » (ICEF).

L'avènement des satellites de diffusion directe et la remise en question du système de communication de l'État-nation sous l'impulsion de l'internationalisation et de la concurrence étrangère auront tôt fait d'induire des normes de gestion industrielle et de rentabilité commerciale dans le domaine de la télévision (y compris publique) comme dans d'autres secteurs de la société :

« Le pouvoir dans sa course au progrès éprouve, à son tour, le besoin politique et économique de remodeler sa panoplie conceptuelle pour aborder la culture et la base de légitimation de ses nouvelles pratiques et politiques de communication. Cette métamorphose du pouvoir et des pouvoirs publics – en Europe et plus particulièrement dans certains pays – est récente : au plus tôt 1975, au plus tard 1978. Les gouvernements européens, de quelque idéologie qu'ils soient, ont maintenant inscrit à l'ordre du jour de leurs préoccupations officielles non plus l'industrie culturelle, mais les industries culturelles » (ICEF).

Aux États-Unis, le concept d'industries culturelles n'est nullement employé dans la recherche, dans la mesure où il relève d'un « cela va de soi », tant la radio et la télévision y constituent depuis leurs origines un système de radiodiffusion à orientation essentiellement commerciale, très tôt validé à cette fin par les autorités réglementaires fédérales, et dont le modèle d'affaires repose principalement sur la vente de temps d'antenne aux annonceurs publicitaires, créant par la même occasion des barrières à l'entrée des secteurs public et associatif<sup>96</sup>. En revanche, dès la fin de la Seconde Guerre mondiale, les entreprises états-uniennes vont se constituer en appareil transnational de production de marchandises culturelles et vont mener une solide offensive contre les cartels européens dont l'emprise matérielle sur les réseaux de communication (système de câbles transocéaniques) et l'information proprement dite (agences Reuter et Havas), s'est bâtie, rappelons-le, en relation avec les stratégies coloniales des empires britannique et français. Face à ces concurrents du vieux continent, les industries nord-américaines vont travailler à mettre en place les premiers réseaux de communication par satellites (entre autres de télédiffusion directe) et d'en élaborer les programmes à l'échelle mondiale. Ce projet impérialiste états-unien prend appui sur les firmes transnationales de l'électronique, de l'informatique ou de l'aérospatial, les producteurs de la télévision commerciale et les agences publicitaires, lesquels sont soutenus par d'importants subsides gouvernementaux et le patronage de fondations éducatives

---

96 Cf. McChesney (Robert), *Telecommunications, Mass media and Democracy*, Oxford, Oxford University Press, 1995.

(Ford, Rockefeller, Carnegie, Xerox, Markle, etc.) liées à de grandes entreprises<sup>97</sup> qui, sous couvert de s'intéresser à des problèmes sociaux, n'ont en fait d'attention que pour les futurs marchés qu'elles entendent conquérir :

«Les temps ont changé. Les années 1960 ont vu l'apogée des études et des expérimentations sociales financées par les fondations éducatives et les universités américaines et par des organismes directement liés au gouvernement des États-Unis, comme l'USAID (US Agency of International Development), ou à des projets du type de l'Alliance pour le progrès, comme les *Peace Corps* (les Volontaires de la paix). Tous ces acteurs officiels des politiques d'assistance des États-Unis se sont attachés, pendant ces années, à trouver un usage social pour les technologies de la télévision, servant d'avant-garde dans la création de marchés» («Où l'on passe du défi informatique au défi transnational» – DIDT).

«Les firmes transnationales font partie d'un système global où elles ont certes le rôle d'unités centrales d'un modèle d'expansion du capital. En tant que forme organisationnelle de base d'un procès de production à échelle mondiale, elles sont en ce sens les assises d'un système culturel, politique, économique. Et leur réseau de connexions naturelles ne relève pas d'une stratégie du complot, mais d'une logique de développement et de reproduction des conditions de ce développement» (PLGE).

«Ainsi il est difficile de saisir le mode selon lequel opère un fabricant transnational de satellites des États-Unis, sans tenir compte des liens subtils qui se sont tissés, avec des hauts et des bas, depuis la Seconde Guerre mondiale, aux États-Unis, entre le secteur public et le secteur privé, voire entre le secteur civil et le secteur militaire, entre l'Université et l'État, entre l'Université et l'industrie. Des réseaux d'alliances et d'intérêts, qui relie l'industrie électronique et aérospatiale des États-Unis, certains secteurs des forces armées, des universités et instituts de recherche, des fondations privées, sont le fruit d'une évolution historique à ne pas oublier ingénument<sup>98</sup>. Toute l'histoire de la technologie de pointe (et les nouveaux systèmes de communication en sont par excellence) est en fait contenue dans cette matrice» (PLGE).

Ceci vaut pour toutes les nations industrialisées où les rapports entre le privé et le public (ou le civil et le militaire) sont en redéfinition continuelle, brouillant par là, la ligne de partage entre ces secteurs, rendant de plus en plus serrés les liens unissant les firmes transnationales avec l'appareil d'État et l'ensemble des institutions de leur pays d'origine. Ainsi, les indices et les signes visibles de la pénétration et de la colonisation culturelle qu'opère cette forme particulière d'hégémonie ne sont pas toujours là où l'on s'attend à les trouver. Armand Mattelart les débusque dans des pratiques et des secteurs aussi divers que l'assistance et la formation militaire, l'aide à l'achat et la vente d'armement, l'appareil éducatif, les programmes d'enseignement

97 L'influence des fondations aux États-Unis est d'autant plus importante qu'elles sont nombreuses. Par exemple, Armand Mattelart, à la période où il écrit «Les séries de la télé-éducation américaine : une rue à sens unique» (STA), souligne qu'il y avait en 1968 aux États-Unis par moins de 25 000 fondations distribuant des bourses d'études, finançant des recherches et de projets expérimentaux (notamment sur la télé-éducation) dans les disciplines les plus diverses : «l'accroissement du nombre des fondations traduit aussi l'intérêt de plus en plus net que les grandes entreprises industrielles accordent au domaine de l'éducation» (STA).

98 Sur cette généalogie, cf. Schiller (Herbert I.), *Mass Communication and American Empire*, Boston, Beacon, 1971 ; Mattelart (Armand), *Multinationales et systèmes de communication*, Paris, Anthropos, 1976.

supérieur, les laboratoires de recherche, les bases de données, les plans de formation syndicale, les agences d'information et de publicité, la télé-éducation, les programmes de coopération scientifique et éducative, les modèles sociaux d'implantation technologique, etc. La matrice de ces actions concertées relève de plus d'une nouvelle conception des relations politico-commerciales entre les firmes multinationales du complexe militaro-industriel (aéronautique, électronique, informatique, etc.) et le gouvernement, constituant désormais le schéma de la politique extérieure des États-Unis à laquelle des agents de toutes provenances (non-gouvernementale, universitaire, scientifique, diplomatique, bancaire, etc.) sont incorporés :

«Aussi ce n'est pas étonnant que le Congrès recommande aux organes de politique extérieure des États-Unis d'encourager le développement de la télévision éducative et d'insister sur les possibilités illimitées de la technologie des satellites. Cependant, le nouveau front firmes multinationales-fondations éducatives-gouvernement nord-américain n'avait pas attendu cette date pour découvrir de nouvelles formes d'action. [...] Vers 1970, on assiste à un fait nouveau : l'ascension irrésistible des firmes multinationales du secteur électronique et aérospatial au rang de producteurs de culture, grâce au contrôle qu'elles exercent sur ce qu'elles ont elles-mêmes appelé la "technologie de l'éducation" et la technologie des satellites. Il ne s'agissait plus seulement d'universaliser une culture du loisir à travers les comics, les séries de télévision et autres produits de la culture de masse, mais d'universaliser des modèles d'éducation<sup>99</sup>».

Donnons deux exemples de ces nouvelles alliances et stratégies, telles qu'elles se dessinent dès les débuts de ladite «révolution des communications» : le premier a trait à la place prise par les firmes transnationales dans le marché mondial du matériel militaire, éducatif, scientifique, technologique, etc., et la manière dont sont mis à contribution le dispositif diplomatique dans la représentation commerciale, les grandes banques dans l'aide financière apportée aux pays acheteurs, ou encore le réseau des organisations non-gouvernementales soutenues par les grandes fondations caritatives privées. Les enjeux de l'articulation de l'appareil d'État et des grandes firmes sont d'autant plus stratégiques qu'il y a «un élargissement considérable du champ d'application de l'électronique et de l'aérospatiale et [que] cette intensification du processus d'électronisation de la société civile s'observe à tous les niveaux» («Les producteurs de l'*electronic warfare*» – PEW) :

«L'accélération de l'application civile des technologies dont le cycle exclusivement militaire est terminé se confirme jour après jour [...]. Pour "civiliser" les technologies modernes, de nouvelles pratiques étatiques apparaissent. Les normes qui ont régi les contrats de défense entre l'industrie et le Pentagone ou la NASA tendent à se généraliser et à s'étendre aux secteurs les plus variés. Pour résoudre les problèmes d'éducation, de santé publique, de logement, de transport et de *welfare* en général, l'appareil d'État souscrit avec les entreprises privées des contrats qui leur délèguent la planification d'importants secteurs des services publics. Les méthodes d'administration éprouvées par le complexe militaro-industriel se révèlent plus efficaces que celles des fonctionnaires publics. L'État est ainsi en passe de devenir le lieu de convergence des grandes transactions et la firme privée est promue au rang d'instrument technopolitique» (PEW).

99 Mattelart (Armand), «Une stratégie globale pour l'Amérique latine», *Le Monde diplomatique*, n° 249, décembre 1974, pp. 8-9.