

documentée, Alice Bienk recourt à plusieurs reprises au site internet www.wikipedia.org. Ces références – consultées seulement quelques mois après le premier accès à la page (la première édition de 2006) – n'ont pas été corrigées dans la deuxième édition. Il est évident que la fiabilité de cette source reste à discuter ; néanmoins, on ne peut nier que, dans un cadre académique, cette encyclopédie au sein du Web 2.0 risque de fournir des informations fautives. Par ailleurs, il est regrettable que la chercheuse n'ait apparemment pas consulté l'article de Hans J. Wulff (« Split screen. Erste Überlegungen zur semantischen Analyse des filmischen Mehrfachbildes », *Kodikas/Code. Ars Semeiotica : an international journal of semiotics*, 14, 1991, pp. 281-290) pour définir la technique de l'écran divisé. Il en va de même pour un chapitre consacré à la perception et aux effets psychologiques des couleurs. Nous y trouvons un tableau (pp. 73-74) qui est supposé provenir du site, mais qui ne se trouve pas sur le lien indiqué. Enfin, il convient de se demander pour quelles raisons l'auteure n'a pas consulté certaines des nombreuses études psychologiques sur la perception. Hormis ce fait, l'interprétation des couleurs est discutable, celle-ci relevant d'un processus cognitif propre au spectateur, donc subjectif, comme le souligne d'ailleurs l'auteure (p. 71).

En dépit de ces remarques, l'ouvrage d'Alice Bienk reste très utile pour l'apprentissage des techniques filmiques ainsi que l'interprétation herméneutique de ce genre artistique. Grâce à une mise en page claire et à un langage accessible, ce livre sera également accessible aux étudiants débutants et ne peut qu'être un enrichissement pour l'enseignement. Dommage qu'il ne soit pas (encore) disponible en français.

Frank R. Links

Institut VIII Romanistik, université de Bonn
frank.links@uni-bonn.de

Cyril BLET, Une voix mondiale pour un État.
France 24.

Paris, Éd. L'Harmattan, coll. Chaos international, 2008, 238 p.

Être le premier ne signifie pas pour autant être le meilleur. Tel pourrait être caractérisé le livre de Cyril Blet. Même réactualisé pour la publication et agrémenté d'une longue préface d'Hervé Bourges (pp. 11-30), il reste ce

mémoire de master recherche qu'il était lorsqu'il a été soutenu à l'université Paris I Panthéon-Sorbonne. Bien construit autour de deux parties (« Une diplomatie planétaire de l'information », pp. 51-141 ; « Une voix globalisée de la France », pp. 143-209) et quatre chapitres, il se nourrit de nombreuses références, dont les plus récentes datent d'avril 2008, et d'entretiens d'acteurs mondiaux, nationaux et de la chaîne, menés entre le 27 mars et le 27 septembre 2007. Parmi ceux-ci, se trouve Georges-Marc Benamou, encore conseiller culturel à la Présidence et inspirateur, deux mois plus tard, avec son collègue diplomate, Jean-David Lévitte, d'un rapport sur la réforme de l'audiovisuel extérieur français. Immanquablement, le jeune étudiant, qui effectuait à l'époque un stage dans les services du Premier ministre, n'a pas su conserver une distance avec son objet et s'est fait, au travers de sa problématique, le porte-parole de « France Monde », la nouvelle holding censée rationaliser l'audiovisuel extérieur.

D'emblée, l'auteur se place dans la perspective d'une lutte mondiale pour « limiter la puissance de l'hégémonie américaine et simultanément [...] promouvoir la multipolarité ou encore [...] atténuer les capacités d'agir des États-Unis pour accroître sa propre puissance » (p. 43). Ainsi passe-t-il en revue les différentes chaînes internationales d'information pour mieux se placer dans un va-et-vient comparatif entre CNN, BBC World, Deutsche Welle et France 24 des plus improductifs. Tout au plus parvient-il à démontrer ce que le jeune canal français n'est pas... On notera cependant qu'elle n'est jamais comparée à Al Jazeera qui, dans la chronologie et dans l'objet, est somme toute plus proche de France 24 que CNN, ni à Euronews ou TV5, qui sont, dans le cas d'espèce franco-français, sur le même créneau. De même part-il à la recherche de la réalité d'un « point de vue français » ou d'un marché publicitaire international. Dans le premier cas, il néglige l'apport de Dominique Marchetti (*Enquête d'Europe : médias européens et médiatisation de l'Europe*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, 2004), pourtant cité dans la bibliographie, qui a démontré, sur l'exemple d'Euronews, comment il était d'abord postulé. Quant à la publicité internationale de haut de gamme, un recours au travail de Simona di Iulio (« La publicité transnationale entre universalisme marchand et ancrage territorial », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 2002, w3.u-grenoble3.fr/les_enjeux/2002/Delulio/Delulio.pdf) facilement

accessible, aurait permis d'apporter un élément de réponse qui, confronté à l'audience espérée de France 24, comme des autres chaînes internationales d'information d'ailleurs, aurait permis de souligner la difficulté de trouver des produits haut de gamme. À défaut de cette démarche scientifique, le visionnage des écrans publicitaires des différentes chaînes citées aurait suffi à permettre un constat. D'un point de vue plus conceptuel, à trop manier la comparaison, l'auteur se montre souvent dérouter par son objet (e.g. p.55), qu'il a mal cerné en se refusant à traiter de la genèse de la chaîne. Ainsi n'accorde-t-il aucun traitement à la question sociale alors qu'il décrit la rédaction (pp. 169-171). Mais il ne parvient pas plus à trancher, voire affirmant tout et son contraire d'une page à l'autre (e.g. pp. 102 et 106, 99 et 128, 147 et 148, 158 et 161...), quant ce n'est pas à quelques lignes de distance (p. 201). Ainsi ne comprend-il pas vraiment la mutation des Observateurs qui, mieux que de « donner un rôle actif au public dans le processus de collecte des informations » (p. 202), est un véritable moyen de traitement *live* de l'actualité autant que de suppléer à la faiblesse du réseau de correspondants de France 24. De même, ce passage par l'internet de la chaîne correspond, depuis le premier jour de son lancement en décembre 2006, à un phénomène croissant des télévisions, généralistes ou thématiques.

Il ressort de la lecture de ce mémoire une vision gaullienne de bazar; teintée d'un anti-gaullisme le plus primaire. Dans un premier temps, il est tout à fait dans la ligne de la pensée de Benamou, comme lorsqu'il fait, le plus sérieusement du monde, de « l'État français » le « chef de file mondial des politiques de diversité culturelle » (p. 197) ! Dans un second, il fait écho aux débats sur la chaîne qui se retrouvaient dans la presse au moment de la rédaction du mémoire, comme lorsque, plus tôt, il avait glosé sur la « construction de l'autonomie de France 24 » pour « se détacher de l'image d'une chaîne sous tutelle étatique » (p. 86). Ce faisant, en accumulant maladresses et incompréhensions évidentes, le livre rate son intérêt affirmé pourtant en introduction, mettre « à jour la pratique d'une diplomatie planétaire de l'information » (p. 46). En comparant les spécificités de chacune des chaînes internationales d'information, il aurait pu établir une géopolitique de l'information, distinguant les différents marchés sur lesquelles elles interviennent (publicitaires, information locale ou nationale, anglophonie), plutôt que de placer

cela sur le compte d'« une rivalité entre acteurs étatiques [...], entités régionales [...] et firmes » (p. 68). Si le « média est le message », comme le disait Marshall McLuhan, ce n'est pas dans « une approche d'économie politique internationale » qu'il se situe, mais dans son positionnement et son affichage. En matière de chaînes internationales d'information, seule la crise permet de préciser si elles possèdent « une voix mondiale ». En ce qui concerne France 24, il est encore trop tôt pour l'affirmer. Et si l'on regarde les bases sur lesquelles elle est bâtie, il est à craindre qu'elle ne l'obtienne jamais.

Gérald Arboit
CERE, Luxembourg
gerald.arboit@aliceadsl.fr

Jean-Jacques LEDOS, *L'âge d'or de la télévision 1945-1975. Histoire d'une ambition française*. Paris, Éd. L'Harmattan, coll. Audiovisuel et communication, 2007, 284 p.

Dans la continuité d'une précédente publication (Jean-Jacques Ledos, Jean-Pierre Jézéquel, Pierre Régnier, *Le gâchis audiovisuel. Histoire mouvementée d'un service public*, Paris, Les Éditions ouvrières, 1986), l'ouvrage de Jean-Jacques Ledos, ancien caméraman à la RTF puis l'ORTF, se présente comme une référence exhaustive, fruit de recherches historiques, où les faits tiennent naturellement leur rang. Cet ouvrage part d'un principe cher à l'auteur : jeter un regard rétrospectif sur la période considérée comme l'âge d'or de la télévision française, où les réalisateurs étaient les « hussards noirs de la République », comme les instituteurs de Jules Ferry, en concluant sur la suprématie du service public. Selon Jean-Jacques Ledos, la mutation que la télévision a connue depuis les années 80 justifie un rétro-regard envers un modèle de communication désormais révolu en rendant hommage à ses fondateurs comme Vladimir Porché, directeur général de la Radio Télévision française (RTF) (1949-1957) ou Jean d'Arcy, directeur des programmes (1952-1959), dont l'ambition culturelle n'est plus à prouver.

L'ouvrage de Jean-Jacques Ledos est divisé en plusieurs périodes abordées d'un point de vue chronologique et parfois un peu didactique : après une partie consacrée à la période de démarrage y compris l'épisode du *Fernsehsender*, il décrit les « années d'Arcy », période de recherche d'une identité (p. 81) pour le nouveau moyen de