

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 dérouté 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

communication où les professionnels venus de divers horizons sont portés par une démarche idéaliste et humaniste. Sans doute ce chapitre est-il le plus intéressant. On y retrouve l'ambition culturelle du directeur des programmes qui, grâce aux jeunes réalisateurs, cherche à donner du sens à la télévision de monopole public avec la volonté de transmettre du savoir, de la distraction ou de l'information à des citoyens habituellement privés des ressources culturelles réservées aux élites. C'est l'époque des programmes culturels comme « 5 colonnes à la une », « Lecture pour tous » ou « La boîte à sel », mais aussi de l'ouverture internationale avec l'Eurovision.

L'originalité française apparaît dans ce qu'on a appelé l'école des Buttes-Chaumont, expression familière d'une création spécifique associant à la fois le choix des sujets et une esthétique d'écriture, soumise aux contraintes du direct (p. 82) dont Jean-Jacques Ledos relate les étapes. De cette ambition, dont le modèle se prolongera pendant une décennie, la mémoire collective a retenu quelques succès : *Cyrano de Bergerac*, *Les Perses*, *Dom Juan*. Enfin, cette période se caractérise par un lien télévision-public intense dont l'enjeu est d'attirer les spectateurs dont le nombre est encore restreint (50 000 récepteurs en 1955). De la cérémonie patriotique à la messe de minuit, il s'agit d'événements prévisibles et récurrents que la télévision transmet pour satisfaire les fidèles, patriotes et croyants (p. 121). L'impulsion donnée par Jean d'Arcy va durablement façonner la télévision même après son départ.

Avec l'apparition de l'enregistrement magnétique (1960), l'aventure du « tout direct » s'achève et le mode de fabrication évolue vers un art moins spontané et plus complexe. À l'arrivée au pouvoir du général de Gaulle, l'ère des pionniers laisse place au contrôle politique où la télévision devient « La voix de la France » (p. 164). La création de l'ORTF en 1964 est présentée comme une évolution libérale. Avec plus de deux millions de postes recensés, la télévision est désormais un phénomène de masse qui s'inscrit dans un modèle de société où la consommation s'impose comme un facteur de progrès dans le domaine de la communication. La V^e République, renforçant son contrôle sur la télévision, résistera aux pressions offensives du secteur privé jusqu'en 1968. La notion de produit se substituera progressivement à celle de service public (p. 155) jusqu'à la loi du 7 août

1974 qui marque la fin de l'ORTF. La dernière partie « Avatars » s'attache à montrer les dérives d'un système trop libéral et normalisant où les saltimbanques ont laissé place aux géomètres (p. 268).

Précédé d'un texte de Marcel Bluwal, réalisateur et pionnier à la télévision, cet ouvrage est suivi d'une bibliographie que l'on aurait aimé plus précise et documentée. Un autre inconvénient est le parti pris adopté par l'auteur, qui en fait un avocat de la télévision des années d'Arcy, exclusivement préoccupé de montrer les failles d'une société de communication où l'argent s'immisce. De ce délicat exercice, Jean-Jacques Ledos se tire avec les honneurs : sa connaissance du support, son habilité à relater les événements un à un, selon une chronologie rigoureuse, font du livre un excellent outil pour analyser les mutations de la télévision publique. On pourra lui reprocher d'aller trop loin quand, coûte que coûte, il veut défendre le modèle d'une télévision qui rétrospectivement peut être analysée comme un outil au service du pouvoir, sans véritables moyens et techniquement améliorables.

Sylvie Pierre

CREM, université Nancy 2
sylvie.pierre@lorraine.iufm.fr

Sonia LIVINGSTONE, ed., *Audiences and Publics : When cultural Engagement Matters for the public Sphere* [*Audiences et publics : quand l'engagement culturel préoccupe l'espace public*]. Bristol, Intellect Ltd, coll. Sciences sociales, 2005, 244 p.

Audiences and Publics : When cultural Engagement Matters for the public Sphere constitue l'aboutissement d'échanges organisés entre des chercheurs européens dans le cadre du programme « *Changing Media, changing Europe* » de l'*European Science Foundation*. La discussion collective semble avoir été à l'origine des réflexions proposées. En témoignent les remerciements adressés par la plupart des auteurs à leurs collègues. L'ouvrage réunit huit contributions, accompagnées d'une introduction, d'un appendice (voir *infra*) et d'un index très détaillé (pp. 239-244). Il s'ouvre sur les propos de la chercheuse britannique, Sonia Livingstone, reconnue dans le domaine des recherches sur la réception médiatique ; celle-ci ne se contente pas d'introduire un