



Romain Lecler, Une contre-mondialisation audiovisuelle. Ou comment la France exporte la diversité culturelle

Claire Tomasella

► To cite this version:

Claire Tomasella. Romain Lecler, Une contre-mondialisation audiovisuelle. Ou comment la France exporte la diversité culturelle. Lectures, 2019. hal-02386351

HAL Id: hal-02386351

<https://hal.science/hal-02386351>

Submitted on 26 Nov 2023

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

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



Romain Lecler, *Une contre-mondialisation audiovisuelle. Ou comment la France exporte la diversité culturelle*

Claire Tomasella



Electronic version

URL: <https://journals.openedition.org/lectures/38381>

DOI: 10.4000/lectures.38381

ISSN: 2116-5289

Publisher

Centre Max Weber

Brought to you by Aix-Marseille Université (AMU)



Electronic reference

Claire Tomasella, "Romain Lecler, *Une contre-mondialisation audiovisuelle. Ou comment la France exporte la diversité culturelle*", *Lectures* [Online], Reviews, Online since 12 November 2019, connection on 18 March 2023. URL: <http://journals.openedition.org/lectures/38381> ; DOI: <https://doi.org/10.4000/lectures.38381>

This text was automatically generated on 16 February 2023.

All rights reserved

Romain Lecler, *Une contre-mondialisation audiovisuelle. Ou comment la France exporte la diversité culturelle*

Claire Tomasella

- 1 Dans le flot mondial des images télévisuelles et cinématographiques dont la circulation s'accroît depuis quarante ans, une petite voix dissonante venue de l'Hexagone se fait encore entendre. Elle est le fruit de la politique française de l'audiovisuel extérieur, élaborée sur les fondations de la diversité culturelle, et dont Romain Lecler analyse les déploiements et soubresauts du début des années 1980 à la fin des années 2000. En plaçant la focale sur les intermédiaires qui officient au sein de cet univers transnational, l'auteur donne à voir de manière très incarnée la formulation d'une « contre-mondialisation audiovisuelle ». Ce « cassoulet du 2^e étage », selon l'expression d'un ancien dirigeant d'Unifrance¹, est proposé comme alternative aux *fast-foods* en provenance des États-Unis : les *blockbusters* hollywoodiens². Afin de dévoiler la fabrication de la diplomatie audiovisuelle française, Romain Lecler s'appuie sur plusieurs séries d'entretiens et d'observations réalisés entre 2008 et 2012 aussi bien dans les ambassades et bureaux du ministère des Affaires étrangères que sur les marchés audiovisuels internationaux, sur le traitement quantitatif de données collectées sur le terrain, ainsi que sur l'analyse de divers rapports, archives et revues de presse. *Une contre-mondialisation audiovisuelle* met ainsi en relief la tension permanente entre intérêts culturels et marchands qui caractérise cette politique française et qui constitue le prisme à travers lequel sont envisagés les différents champs investis par ses multiples agents.
- 2 La dichotomie entre commerce international et diplomatie culturelle se reflète tout d'abord dans l'antagonisme des doctrines qui orientent la structuration des chaînes transnationales de la France : d'un côté de l'échiquier se trouve TV5 Monde, chaîne culturelle et multilatérale, élaborée par les diplomates des Affaires étrangères ; de

l'autre, *France 24*³, la « CNN à la française », davantage repliée sur le national et tournée vers le privé, promue par les professionnels de l'audiovisuel et de la communication. L'analyse des nominations successives à la tête de ces deux chaînes, qui ont pu ou non s'aligner sur le clivage gauche/droite, donne corps à l'affrontement de ces doctrines et à leurs enjeux politiques, cela à différentes périodes.

- 3 La variable temporelle est en effet primordiale pour comprendre l'évolution des rapports de force à l'œuvre au sein du champ audiovisuel internationalisé. La tension entre marché et État⁴ qui structure la politique française est aussi celle d'un processus qui se déploie progressivement et au cours duquel les intérêts commerciaux prennent de plus en plus le pas sur la vision diplomatique et culturelle. L'auteur revient sur les trois périodes qui aboutissent donc à la formulation de cette « politique audiovisuelle extérieure », cela à travers l'étude de ses différents directeurs qui en incarnent les transformations structurelles. Si celles-ci se concrétisent dans les décisions prises par des acteurs situés, elles ne se réduisent pas à leurs personnalités particulières. Définir des idéaux-types permet de rendre compte des idéologies qui orientent à différentes époques la direction de l'audiovisuel extérieur. Leur comparaison dans le temps donne alors à voir les cycles de vie de cette institution. À la tête de la direction de la Communication, Pierre représente l'« entrepreneur schumpetérien » : avec une certaine liberté d'action, il lance la chaîne TV5 et crée le statut d'« attaché audiovisuel » à la fin des années 1980. Lui succède Paul, « manager » de l'audiovisuel extérieur, qui professionnalise les attachés audiovisuels et opère un rapprochement avec le secteur privé. Confronté à de fortes restrictions budgétaires, Jack devra quant à lui s'atteler au démantèlement de la direction de l'Audiovisuel extérieur, à bout de souffle, dépouillée de nombreux de ses attributs : d'une part, la tutelle des chaînes internationales bascule en 2010 du ministère des Affaires étrangères à la Culture ; d'autre part, « toute l'activité de promotion du cinéma et du documentaire [est] transférée au Centre national et de l'image animée (CNC) et à l'Institut français » (p. 53).
- 4 Si la formation des structures fait l'objet d'une historicisation, celle-ci est aussi opérée à une micro-échelle, dans l'analyse des trajectoires des individus, à l'instar des « attachés audiovisuels » qui présentent des missions ambiguës d'intermédiation entre professionnels français et étrangers. Au moyen d'une analyse de correspondances multiples (ACM) montrant la logique qui sous-tend leurs affectations régionales, Romain Lecler révèle par ailleurs les traçages géographiques qui réverbèrent l'antagonisme de la politique audiovisuelle française : si les « routards de la coopération » officient en Afrique et au Moyen-Orient, les compétences des « jeunes éclaireurs » sont testées sur les terrains émergents d'Asie et d'Europe de l'Est. Enfin, les « hôtes de la culture » sont envoyées dans les régions de marché, en Europe de l'Ouest et en Amérique du Nord. La variable spatiale permet ainsi de dessiner une cartographie mondiale exposant les orientations hétérogènes de la diplomatie audiovisuelle de la France, celle-ci n'investissant pas toutes les zones géographiques de la même manière.
- 5 Enfin, la tension est visible dans la frontière symbolique qui persiste entre télévision et cinéma. L'auteur met en comparaison le travail des exportateurs français de ces deux types de biens audiovisuels à Cannes, dans les cadres du Marché international des programmes de télévision (MIPTV) et du Marché international des films (MIF). Tandis que l'exportation des programmes de télévision relève d'un « régime d'exposition » de

produits formatés, présentés par les vendeurs à un rythme effréné, celle des biens « qualitatifs » que constituent les films de cinéma s'inscrit quant à elle au sein d'un « régime festif » qui épouse la logique du festival. Plus en consonance avec le cadrage de la diplomatie culturelle, les « films d'auteur », dont la définition « repose [...] en grande partie sur [leur] économie qui est celle des festivals » (p. 257), ont donc été placés au cœur de la politique française des exportations audiovisuelles, devenues catégorie d'intervention publique.

- 6 Cannes constitue de cette manière la vitrine de l'une des spécialités françaises : le « cinéma-monde », soit des films d'auteur réalisés par des cinéastes étrangers et encouragés par la France, dans le cadre du *Fonds Sud*⁵ par exemple. À cet égard, l'ouvrage aborde les dommages moins visibles de cette politique audiovisuelle, en portant au jour les rapports de pouvoir ayant trait à l'élaboration des formes symboliques à l'échelle mondiale⁶ : les cinéastes issus de pays aux faibles infrastructures cinématographiques, comme ceux d'Afrique, qui n'ont souvent d'autres choix que de se tourner vers la France pour faire financer leurs films, voient alors ceux-ci modelés en direction d'un « impératif d'authenticité », avec l'objectif de divertir des « publics du Nord ». En outre, cet investissement par la France d'un segment du marché mondial, le « pôle de production restreinte⁷ », n'est pas dépourvu de paradoxes dans la mesure où les « films de festivals » qu'elle soutient se vendent moins bien que les productions commerciales de Luc Besson et de sa société EuropaCorp, qui constituent pourtant le modèle repoussoir.
- 7 Loin de mener à une juxtaposition hétérogène de cas d'études, la multiplicité des points d'observation et des méthodes mobilisées par Romain Lecler a une véritable vertu heuristique, car le riche matériau empirique est toujours mis au service de la solide et ample problématique qui oriente l'ouvrage. Avec en ligne de mire l'horizon d'une neutralité axiologique, l'auteur saisit la complexité des manifestations de la diplomatie audiovisuelle française et les nuances des discours et pratiques des agents qui l'incarnent. Pris dans les forces centrifuges de la mondialisation à laquelle ils doivent s'adapter, ces derniers tentent malgré tout de préserver et de promouvoir à travers le monde un modèle culturel français qui, bien que pétri de contradictions, n'en reste pas moins l'un des derniers bastions significatifs de résistance aux productions commerciales états-uniennes qui inondent le paysage audiovisuel.

NOTES

1. Daniel Toscan du Plantier. Unifrance est l'organisme chargé de la promotion et de l'exportation dans le monde du cinéma français.
2. Duval Julien, *Le Cinéma au XX^e siècle. Entre loi du marché et règles de l'art*, Paris, CNRS Éditions, coll. « Culture et société », 2016.
3. Sur le terrain anti-TV5 Monde, France 24 a été précédée par Canal France International-TV (CFI).
4. Polanyi Karl, *La Grande transformation. Aux origines politiques et économiques de notre temps*, Paris, Gallimard, coll. « Bibliothèque des sciences humaines », 1983.

5. Le *Fonds Sud*, créé en 1984, était un dispositif d'aide aux cinéastes originaires des pays dits « du Sud ». Il a été remplacé en 2012 par l'*Aide au cinéma du monde*.

6. Casanova Pascale, *La République mondiale des Lettres*, Paris, Éd. Le Seuil, coll. « Points » 2008.

7. Bourdieu Pierre, « La production de la croyance. Contribution à une économie des biens symboliques », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 13, 1977, p. 3-43.

AUTHOR

CLAIRE TOMASELLA

Doctorante à l'EHESS, *fellow* de la fondation privée de l'hebdomadaire *Die Zeit*, associée au Centre Marc Bloch.