ASSOCIATION DES HISTORIENS CONTEMPORANEISTES DE L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR ET DE LA RECHERCHE

Bulletin d'information n 22

(reconstitué en 2019 par Claire Lemercier sur la base des fichiers rtf de Noëlle Dauphin)

Avril 2001

SOMMAIRE

• Composition du bureau p. 2
• Le mot de la présidente p. 3

• Compte rendu de l'Assemblée générale du 18 novembre 2000 *t*
- Rapport moral 2000 p. 5
~ Rapport financier pour l'exercice 1999-2000..... p. 6

• Compte rendu de l'après-midi scientifique du 18 novembre 2000 :
- Jean-Noël Jeanneney : Médias et Histoire : Présentation générale p. 9
- Christian Delporte : De Fhistoire de la Presse à l'histoire des médias p. 1
- Agnès Chauveau, Hélène Eck : La place des médias dans l'histoire politique, sociale et culturelle de la France contemporaine p. 21
- Patrick Eveno : Plaidoyer pour une histoire des médias qui prenne en compte l'histoire des entreprises de médias p. 35
- Catherine Bertho-Lavenir : Nouveaux médias : sources et critique des sources p. 41

• Présents à l'Assemblée générale du 18 novembre 2000 p. 52

COMPOSITION DU BUREAU DE L'ASSOCIATION

(depuis l'Assemblée générale du 27 novembre 1998)

BOURDELAIS Patrice (CNRS-EHESS)

BOZO Frédéric (Nantes)

BRUNET Jean-Paul (ENS Ulm), Vice-président

DAUPHIN Noëlle (Orléans), Responsable du *Bulletin*

DELMAS Bruno (École des Chartes)

DU RÉAU Elisabeth (Paris III), Présidente

EL GAMMAL Jean (Nancy II), Secrétaire général

ENCREVÉ André (Paris XII), Vice-président

FORCADE Olivier (ESM Saint-Cyr)

GIRAULT Jacques (Paris XIII)

GUILLAUME Pierre (Bordeaux III), Président honoraire

LACHAISE Bernard (Bordeaux III)

LEYMARIE Michel (Lille ni)

LUC Jean-Noël (Paris IV)

MANIGAND Christine (Le Mans), Trésorière

PETITEAU Natalie (Avignon)

PREVOTAT Jacques (Lille III)

REY Marie-Pierre (Paris I)

S ALY Pierre (Paris I), Responsable de *Y Annuaire*

SIRINELLI Jean-François (IEP Paris), Président honoraire

Le mot de la présidente

Chers Amis,

Vous trouverez dans ce bulletin plusieurs échos de notre journée du 18 novembre 2000 : les rapports du Secrétaire général et de la Trésorière, ainsi que les « actes » de la Table ronde de l'après-midi sur les médias. Que les divers intervenants trouvent ici l'expression de mes plus vifs remerciements. Nous avons prévu de publier dans le deuxième bulletin, en octobre, le texte de l'intervention de Madame Brelot et l'état des lieux dans nos universités après les mouvements de fin d'année universitaire.

Depuis notre rencontre de novembre, de nouveaux textes ont circulé sur la question des concours de recrutement. Vous avez du avoir des échos de la dernière conférence de presse du ministre, Monsieur Jack Lang, du 27/02/2001 (texte disponible sur le site du ministère [1]). Au terme d'une concertation entre les participants à cette réunion, une note d'information est en cours d'élaboration. Elle vous parviendra avec ce bulletin. N'hésitez pas à en discuter avec vos collègues de contemporaine et d'autres périodes. Vous pourrez nous faire parvenir vos commentaires et suggestions par courrier (en utilisant les adresses mentionnées dans le bulletin ou l'annuaire). Vous pouvez utiliser mon mail professionnel[2]-

Je vous prie de croire à mon souvenir le meilleur

La présidente, Elisabeth du Réau

1. Site du ministère : http//www.éducation,gouv.fr/discours 2001/iufmdp.htm
2. Elisabeth Du-Reau@univ-paris3.fr

COMPTE RENDU DE L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE DU 27 NOVEMBRE 1999

Rapport moral 2000

Je voudrais d'abord, au nom du bureau, rendre hommage à nos deux amis disparus cette année, Eric DUHAMEL et Emmanuel CHADEAU, qui ont participé pendant des années, entre bien d'autres activités d'enseignement et de recherche, aux travaux du bureau de notre association, qui a fait part de leur disparition dans Le *Monde* et a présenté ses condoléances à leurs familles.

Les deux bulletins d'avril et d'octobre ont trait l'un à la dernière assemblée générale, l'autre aux historiens contemporanéistes en poste dans les universités françaises en 2000-2001. Il faut une fois encore remercier les responsables du bulletin, Michel Leymarie, puis Christine Manigand pour la tâche accomplie. Noëlle Dauphin, secrétaire générale adjointe, prend en charge pour un an cette responsabilité. Pour l'établissement des listes des contemporanéistes et des centres de recherches, un travail considérable a été fourni par Pierre Saly, qui a présidé, d'autre part, à l'élaboration de l'annuaire diffusé à partir d'aujourd'hui auprès de nos adhérents. La mise au point de cet annuaire a représenté une part de l'activité du bureau.

Par ailleurs, il s'est particulièrement intéressé aux projets de réforme des concours, qui ont suscité durant l'hiver dernier de vives préoccupations. Cette question est toujours suivie avec la plus grande attention, notamment par notre présidente, qui a participé à de nombreuses réunions, en relation avec d'autres associations universitaires. Nous continuons bien évidemment, d'autre part, à nous préoccuper de la situation de la recherche. C'est pourquoi nous remercions vivement Claude-Isabelle BRELOT d'avoir accepté notre invitation pour la première partie de cette assemblée générale, qui sera suivie par une après-midi consacrée à un thème de grande importance, abordé pour la première fois dans le cadre de notre association. Il s'agit, comme vous le savez, des médias et de l'histoire contemporaine.

Jean El Gammal *Secrétaire général*

Rapport financier
pour l'exercice 1999-2000

La situation financière de notre association se révèle toujours très satisfaisante ce qui nous permet d'envisager sereinement les dépenses importantes dues à la publication de l'annuaire 2000.
Cette situation de trésorerie ressort à 74671,16 francs répartis comme suit :

Compte courant CCP : 34318,19 francs Parts
de SICAV Latitude ; 40352,97 francs

Les recettes se décomposent en cotisations pour un total de 28140 francs (286 cotisants pour l'année 2000 et déjà 15 pour 2001) et en coupons payés de Tannée pour 744,45 francs.

Les dépenses se répartissent en frais de fonctionnement (3213,06 francs), l'édition de deux bulletins en avril et octobre 2000, soit 8085,30 francs ainsi que des avances de 4000 francs pour l'annuaire non encore payé .

Nous ne pouvons, enfin, que nous réjouir d'enregistrer une dizaine de nouveaux adhérents.

Je vous remercie de votre confiance et par avance du quitus que vous voudrez bien accorder à votre trésorière et vous prie de bien vouloir approuver le rapport financier.

Christine Manigand

COMPTE RENDU DE
L'APRÈS-MIDI SCIENTIFIQUE

DU 18 NOVEMBRE 2000

MÉDIAS ET HISTOIRE

Présentation générale

Jean-Noël Jeanneney,
L.E.R-Paris

Nous ne pouvons que nous réjouir de l'inscription de ce thème à notre réunion annuelle. Le recours des historiens aux médias, notamment à la presse écrite, comme source, n'est évidemment pas un fait récent. Mais le développement des médias eux-mêmes et de leur rôle dans notre société s'accompagne d'un élargissement des champs d'étude et d'un renouvellement des éclairages, qui nous incitent à proposer un bilan d'étape.

Il paraît évident que nous ne pouvons examiner certains phénomènes de l'histoire politique ou de l'histoire culturelle contemporaine, en négligeant ce qui, dans leur genèse et leur déroulement, relève du rôle des médias.

La presse écrite a longtemps été considérée comme un miroir de l'opinion et étudiée comme telle. Cette approche s'est quelque peu déplacée. La presse nous apparaît bien davantage comme un ensemble singulier, tout à la fois entreprise, micro société, acteur et enjeu de pouvoir.

Les travaux effectués sur l'économie de la presse, sur l'évolution de la profession des journalistes, sur la politique de l'audiovisuel de l'apparition de la radio à nos jours, nous permettent de mieux comprendre comment les médias, selon leur logique propre, conçoivent leur rôle, définissent leurs tâches et organisent leur production.

L'étude de leurs relations avec le monde politique et le monde des affaires en fait apparaître la complexité. Elle s'efforce de démonter les mécanismes de ce jeu politique délicat, sans cesse renouvelé, qui oscille entre rapprochements et affrontements, solidarités et esquives, dont « l'opinion » est l'enjeu et le témoin. Nous savons mieux de la sorte ce qui se passe (ce qui se trame, diraient certains) à l'arrière-plan des Unes quotidiennes, de quoi sont faits l'événement et l'annonce de l'événement aux citoyens.

Nous percevons du même coup la représentation que les dirigeants ont du rôle des médias. Rappelons le caractère durable de leur croyance en l'influence de l'audiovisuel sur le comportement électoral, en dépit des études qui, très tôt, en ont montré l'inanité. Les travaux dont nous disposons restituent bien les ressorts et la mise en œuvre de l'emprise directe des gouvernements sur l'information audiovisuelle. Ce temps n'est plus, mais les historiens, tout comme les politologues, peuvent s'interroger sur la conversion des dirigeants du temps présent à la « communication » et à ses conséquences sur la conduite d'une politique.

L'histoire culturelle intègre aujourd'hui le vaste domaine de la « culture de masse », de ses productions et de ses vecteurs que sont la presse populaire, la « littérature de gare » depuis le XIXe, et plus près de nous, le cinéma, la radio et la télévision. Nous sommes, en tant qu'historiens, particulièrement attentifs aux représentations qu'ils proposent (y compris celles de l'Histoire), aux valeurs qu'ils véhiculent et, en définitive, à leur rôle

social Mais bien des travaux restent à conduire et, en ce domaine, il serait regrettable que notre discipline n'occupât pas toute sa place, aux côtés d'autres.

Il est vrai que l'accès aux sources, notamment audiovisuelles, a longtemps été un obstacle. En 1977, j'ai pu fonder le séminaire « Histoire et Audiovisuel » à l'Institut d'Études Politiques, en collaboration avec l'Institut National de l'Audiovisuel. Dans les années suivantes, la politique de F IN A a fluctué, les longues périodes de fermeture l'emportant sur les trop rares moments d'ouverture, quelles qu'en aient pu être les raisons institutionnelles et budgétaires. L'adoption de la loi du 20 juin 1992 sur le dépôt légal des productions audiovisuelles et l'ouverture de l'Inathèque dans les locaux de la BNF, ont permis de réduire largement cet obstacle et ouvrent une ère nouvelle.

La reconnaissance du rôle des médias dans notre histoire n'est donc plus à plaider. Rien de moins de farfelu, rien de moins frivole que ce champ de recherche. Les historiens qui s'y sont lancés savent aussi qu'il ne présente aucune difficulté méthodologique insurmontable, ayant appris, ici comme ailleurs, à forger des outils ajustés à l'ouvrage, tout en respectant les règles strictes et communes à notre métier.

Cela devrait encourager de jeunes chercheurs à se lancer plus avant dans la partie. Mais il faut, pour ce faire, qu'ils soient assurés que leur travail achevé, obtiendra, à qualités égales, la reconnaissance pleine et entière des instances universitaires. Sans privilège par rapport à d'autres travaux (au nom de quoi, d'ailleurs ?), mais sans handicap non plus.

C'est cela qui permettra à la science historique d'apporter sa contribution, nécessaire à tous égards, au développement des études consacrées aux médias. Non qu'il s'agisse d'ignorer les apports des autres disciplines, bien au contraire. Mais c'est notre tâche propre que de confronter le contemporain, voire l'immédiat, avec l'influence du temps et des héritages.

Tout nous incite à approfondir notre réflexion : la dimension internationale de la recherche, la diversification des lieux d'études, l'essor d'Internet enfin, tout paré de la séduction des « nouveaux médias », auprès d'un public jeune, lycéens et étudiants, à qui il convient de fournir des repères.

De l'histoire de la presse à l'histoire des médias

Christian Delporte, ***Université de Versailles-Saint-Quentin-en-Yvelines***

Pour comprendre l'originalité des recherches sur la presse et définir les contours d'un éventuel programme d'études, il ne nous semble pas superflu d'avancer préalablement deux remarques générales.

La première observation concerne le statut de la presse en histoire contemporaine et son apparent paradoxe. Depuis bien longtemps, en effet, les journaux sont considérés comme une source historique, sinon de premier plan, du moins très complémentaire des archives manuscrites : soit parce qu'ils éclairent ou précisent une question particulière, soit parce qu'ils fournissent ou affinent la trame chronologique - l'événementiel. A cet égard, *Le Monde* est sans doute le quotidien français le plus consulté pour les études postérieures à la Libération. La presse, sans nul doute, compte parmi les outils ordinaires de recherches aux préoccupations les plus variées : qui n'a, à un moment ou un autre, quelle que soit sa spécialité, touché aux journaux ? En revanche, la presse est plus rarement appréciée comme un objet d'étude, autrement qu'au travers de monographies qui, bien souvent, s'appliquent à observer le contenu ou, plus exactement, certains contenus du journal.

Dans l'un et l'autre cas, l'observation se porte en priorité sur le discours, et la sélection des articles obéit à une règle immuable, celle de la notoriété de l'auteur. A ce titre, Féditorial, la chronique, la critique voire la libre opinion suscitent une attention bien plus aiguë que tous les autres genres journalistiques.

La seconde remarque générale est destinée à placer les études de presse en perspective. Sans prétendre construire un bilan historiographique, il convient d'évoquer brièvement les origines de F« histoire de la presse », qui s'affirme dans les années 1950, et d'avancer quelques facteurs essentiels qui ont commandé la nature des travaux sur les journaux.

Pour l'historien, l'étude de la presse relève davantage de la rencontre que de l'aboutissement d'un processus de réflexion. Certes, l'histoire de la presse a été très tôt relayée par des historiens prestigieux, comme Pierre Renouvin

d'abord, Jacques Godechot ou Jacques Ozouf ensuite ; leur rayonnement personnel a pu, en bien des circonstances, faire oublier leur isolement. Pourtant, elle fut initialement impulsée par des hommes aux marges des circuits classiques de l'Université, souvent des professionnels diplômés et talentueux qui, à F instar de Jacques Kayser, Claude Bellanger ou Raymond Manevy, étaient avant tout soucieux de promouvoir une science de F information [l].

Si la réflexion historique ne fut pas à l'origine de l'étude des journaux, en revanche, la volonté de légitimer F information comme un domaine de recherche scientifique contemporain mena ses promoteurs non seulement à collaborer étroitement avec les universitaires, mais encore à s'intéresser à F histoire de F objet étudié, la presse. Dans un article publié en 1960 dans la revue *Études de presse,* Bernard Voyenne, journaliste de formation, définissait l'information comme un « champ spécifique » de recherche, lui-même composé de plusieurs domaines : juridique (c'était l'affaire, notamment, de Fernand Terrou), économique et technologique, historique enfin. « Les moyens d'information, écrivait-il, ont leur histoire et ils sont eux-mêmes, au premier chef, documents d'histoire : ils concernent donc doublement les historiens » [2]. Mais l'information restait considérée comme un champ d'étude autonome large, dont l'histoire ne formait qu'une parcelle.

L'intégration de l'histoire de la presse aux grands domaines de la recherche universitaire n'allait donc pas de soi. Par ailleurs, la volonté, quasi militante, de faire admettre l'information parmi les sciences, a contribué à focaliser une large part du questionnement sur le contenu du message et à marginaliser la réflexion sur les différents niveaux de contexte. Il importait de construire une méthode, fondée sur une grille de lecture exigeante visant, par le calcul et la mise en tableaux de la présentation matérielle, de la mise en pages, des surfaces rédactionnelles (réparties selon les thèmes et les genres), à décoder et à quantifier l'information. Source unique, le journal était considéré pour lui-même, et F analyse de contenu, préalable à F interprétation, a fini par constituer l'objectif premier de toute étude de presse.

Pour comprendre la nature des travaux sur les journaux, il faut encore ajouter deux éléments. D'abord, les historiens, définissant les contours d'un champ neuf, l'histoire politique, soucieux de comprendre les comportements

L Ce fut l'objet du Centre d'études scientifiques de la presse qui, après avoir créé en 1946 la revue *Études de presse,* fusionna en 1951 avec l'Institut français de presse. 2. Bernard Voyenne, « Objectifs et méthodes de recherche dans les sciences de l'information », *Études de presse,* p. 44-56.

des foules, découvrant le chantier immense de l'opinion publique, ont cherché des outils massifs pour saisir l'état de l'opinion à un moment donné. Le regard s'est alors posé sur la question de l'influence de la presse sur l'opinion publique. De proche en proche, la recherche sur l'opinion est venue légitimer les recherches sur les journaux. Ensuite, l'histoire de la presse s'est heurtée à un obstacle majeur : le lourd déséquilibre de la documentation, l'écart gigantesque entre la masse de l'imprimé, soigneusement conservé, et l'indigence des archives, encore réduites par les effets conjugués de la débâcle de 1940, de l'épuration de 1944, des incessantes disparitions et restructurations des journaux.

Ces conditions générales ont déterminé l'orientation des recherches sur la presse. D'abord, on s'est épuisé dans des travaux sur les aspects matériels du contenu, censés révéler les plus forts caractères du journal. Peu en accord avec le lourd dispositif méthodologique déployé, les résultats obtenus, décevants, ont souvent découragé les plus enthousiastes. Ensuite, l'attention portée sur le support a abouti à grossir rapidement le nombre des monographies, exclusivement fondées sur l'imprimé. L'histoire de la presse a vite souffert de l'absence de synthèses, tandis que les études de contenu purement thématiques et politiques, elles, tendaient fréquemment à reconstituer l'histoire d'une période déjà bien connue, à travers la lecture qu'en faisait le journal. Et puis, sur le plan de la problématique, et s'agissant singulièrement de l'opinion, on a fini par oublier la question initiale - quelle influence de la presse sur l'opinion publique ? - pour considérer implicitement que la presse reflétait l'opinion publique, pour confondre journaux et opinion publique.

La presse a pu alors apparaître aux yeux de certains comme un domaine pauvre. Peu en phase avec les courants historiographiques dominants, donnant des résultats attendus et répétitifs, l'histoire de la presse a rapidement perdu son attrait. Les spécificités documentaires de la période contemporaine ont fait le reste. Les grandes études sur les journaux se sont brusquement arrêtées aux portes des années 1950. La profusion des archives, leur constant enrichissement, par l'effet mécanique de la loi et des dérogations, ont contribué à détourner les historiens d'un chantier réputé pour sa pénurie en archives.

Dans ce contexte, la monumentale et irremplaçable *Histoire générale de la presse française*, dirigée par les pionniers Claude Bellanger, Jacques Godechot, Pierre Guiral et Fernand Terrou, ouvrage que tous les historiens contemporanéistes ont utilisé à un moment ou à un autre, apparaît dans tout son paradoxe. Aujourd'hui, elle est toujours - et à juste titre - considérée comme un instrument de référence ; et pourtant, au milieu des années 1970 (son dernier volume paraît en janvier 1976), elle clôt une époque, l'âge pionnier et à certains égards florissant de l'histoire de la presse.

Venons-en, alors, aux sources et aux voies de renouvellement et d'élargissement en précisant -pour qu'il n'y ait aucun ambiguïté dans notre démonstration-qu'elles n'auraient pu s'ouvrir sans le précieux travail des dizaines de chercheurs dont, en quelque sorte, *V Histoire générale de la presse française* dresse le bilan.

Il faut d'abord souligner trois facteurs. Premièrement, l'ouverture de nouveaux chantiers correspond à des démarches individuelles, non à des programmes collectifs. En matière de presse, et depuis Georges Weill (auteur en 1934 d'un remarquable volume de « L'Évolution de l'Humanité » sur *Le journal* et son histoire), ce fut toujours un peu le cas. C'est à ces historiens, Pierre Albert, Jean-Noël Jeanneney, Marc Martin, que l'on doit aussi les premières et récentes synthèses qui faisaient tant défaut, alors qu'il était impossible pour un chercheur débutant de dominer le nombre considérable des monographies. En amalgamant la radio et la télévision à la presse écrite, ces synthèses fixent aussi les cadres des nouvelles recherches [3]. Précisément, le deuxième facteur tient au regard porté sur de nouveaux supports, audiovisuels ceux-là[4]. Avec l'étude de ces deux moyens d'information longtemps ignorés, non seulement l'histoire de la presse s'élargit à l'histoire des médias, mais l'historien s'approprie, avec son propre questionnement, des domaines trop vite abandonnés aux spécialistes d'autres sciences humaines ou sociales.

Enfin, ne négligeons pas le rôle joué par l'émergence de l'histoire culturelle et ses problématiques. L'histoire des médias emprunte aux champs variés de l'histoire contemporaine : à l'histoire politique d'abord (par exemple lorsqu'elle s'interroge sur les forces et les limites du « Quatrième » pouvoir, les rapports entre l'information et l'État), à l'histoire sociale (lorsqu'elle observe le milieu socioprofessionnel propre au monde des médias), à l'histoire économique (quand elle considère le journal comme une entreprise[5]). L'histoire culturelle, définie comme histoire sociale des représentations, qui s'attache à la dimension collective des phénomènes, regarde les médias contemporains comme les objets de pratiques culturelles, les révélateurs d'imaginaires collectifs, les véhicules d'une culture de masse. C'est, par exemple, dans cette perspective que s'inscrivent les travaux sur le fait divers produits par Dominique Kalifa et Anne-Claude Ambroise-Rendu [6].

3. Jean-Noël Jeanneney, *Une histoire des médias, des origines à nos jours,* Paris, Seuil, 1996 ; Marc Martin, *Médias eî journalistes de la République,* Paris, Odile Jacob, 1997.
4. Voir les interventions d'Hélène Eck et d'Agnès Chauveau.
5. Voir l'intervention de Patrick Eveno.
6. Dominique Kalifa, *L'encre et le sang. Récits de crimes et société à la Belle Époque,* Paris, Fayard, 1995 ; Anne-Claude Ambroise-Rendu, *Les faits divers dans la presse française de la fin du XIX*e *siècle. Etude de la mise en récit d'une réalité quotidienne, 1870-1910,* thèse NR, Paris I, 1997(dir.A,Corbin).

Par ailleurs, l'histoire culturelle élargit aussi une définition des médias qui étend le domaine de l'information à celui des modes de communication (comme la publicité, quasi exclusivement considérée, pour l'heure, sous l'angle économique[7]). Elle n'oublie pas, par ailleurs, que la radio ou la télévision, contrairement à la presse écrite, n'ont pas seulement pour fonction d'informer, mais qu'elles ont aussi vocation à distraire et à éduquer, selon une formule fort ancienne. Et, d'une manière générale, l'histoire culturelle attire l'attention sur des genres et des formes qui, dépourvus de prestige apparent, n'en sont pas moins significatifs de représentations collectives d'une société qui évolue. Du coup, aujourd'hui, l'objet initial a pris beaucoup d'ampleur.

Strictement, les médias sont les outils introduits dans le processus de communication pour reproduire une information à destination d'un ensemble d'individus épars. En fait, l'historien des médias est amené à considérer l'ensemble du processus qui, de l'émission à la réception, met enjeu l'outil, le message, le médiateur, les publics, avec cette particularité duale qu'il privilégie l'observation des phénomènes massifs et s'applique, comme historien, à les mettre en perspective, Réfléchissant sur le système de communication d'une société, il est conduit à considérer les médias, au moins sous leur double acception. Il analyse les médias comme outils identifiés selon leur spécificité technique et matérielle : médias imprimés (journaux, affiches) ; médias de film (photo, cinéma) ; médias électroniques (radio, télévision). Mais il est plus volontiers porté à les examiner sous l'angle de leur fonction sociale, au sens large : médias d'information (écrite ou audiovisuelle), médias de communication politique (affiche), commerciale (publicité), culturelle (cinéma), etc. Ainsi, selon l'angle privilégié, peut-on construire une histoire des techniques, une histoire politique, socioculturelle, économique - ou tout à la fois -, des médias.

Où en est-on aujourd'hui ? Prenons pour champ d'observation la liste des thèses de doctorat d'histoire contemporaine soutenues dans le domaine des médias depuis dix ans (1991-2000). Elle souligne le caractère charnière de la période, le glissement décisif des problématiques, mais révèle aussi l'immensité du chantier qui se présente aux historiens. On peut estimer à un peu plus d'une cinquantaine le nombre de travaux (dont une quinzaine publiés) répondant à

7. Marc Martin, *Trois siècles de publicité en France*, Paris, Odile Jacob, 1992 ; Marie-Emmanuelle Chessel, *La publicité. Naissance d'une profession, 1900-1940*, Paris, CNRS-Editions, 1998. Les historiens ont jusqu'ici négligé la publicité comme histoire des représentations, laissant ce terrain aux historiens de l'art qui, il faut bien le reconnaître, le fréquentent peu.

la définition précédemment avancée, soit cinq thèses par an concernant les médias. Avec quatre études sur cinq, la presse écrite domine très largement La télévision et la radio (avec chacune 4 thèses) n'attirent guère encore ; mais on peut penser que l'accès plus aisé aux archives, une fois le manque de légitimité scientifique comblé, infléchiront la tendance. En dix ans, une seule thèse a été soutenue sur la publicité ou sur les actualités cinématographiques [8], aucune sur l'affiche ; les ressources sont pourtant immenses. Les recherches sur le xxe siècle sont devenues amplement majoritaires (un large XIXe siècle compris jusqu'en 1914 ne représente plus que 20 % des travaux) ; néanmoins, la période 1914-1945 demeure davantage fouillée que la seconde moitié du siècle. La prudence étonne d'autant plus que les archives des médias se concentrent dans les cinquante dernières années. La nature des études, enfin, souligne une certaine mutation en cours, Certes, les travaux politiques ou touchant aux relations internationales dominent largement, comme autrefois (plus des deux tiers) ; mais les recherches se diversifient ; ainsi plus d'une sur quatre s'inscrit dans le champ de l'histoire socioculturelle. De même, les études visant à utiliser la presse comme reflet de l'opinion publique sont devenues nettement minoritaires. Désormais, on utilise bien davantage les journaux dans le cadre d'une histoire des représentations. On s'attache à un genre (ex : le fait divers), à un type de presse s'adressant à un public ciblé[9], aux hommes et à leurs pratiques. Et lorsqu'on décide de construire une monographie, on s'applique à bâtir une histoire totale du journal, fondée sur l'exploitation d'archives publiques et privées ; si l'analyse du discours reste essentielle à la démonstration, elle n'en constitue désormais qu'une partie [10].

L'histoire des médias est un secteur de recherche en voie d'expansion. La télévision et la radio, notamment, n'ont pas révélé toutes leurs ressources. Toutefois, même abondamment explorée, la presse écrite offre d'amples perspectives d'études. Nous voudrions le montrer sommairement, en avançant quelques propositions, toutes nourries des mêmes préoccupations, privilégiant une lecture pluraliste et diachronique des médias, et insistant sur les facteurs, les pratiques et les formes.

8. Outre la thèse de M.-E. Chessel sur la publicité déjà citée : Laurent Véray, *Les films d'actualité français de la Grande Guerre*, Paris, SIRPA/AFRHC, 1995,

9. Ex : Thierry Crépin, *Haro sur le gangster ! La presse enfantine entre acculturation et moralisation, 1934-1954*, Univ. Paris I (dir. P. Ory), 2000.

10. Ex : Cécile-Anne Sibout, *Paris-Normandie à l'époque de Pierre-René Wolf un grand patron de la presse régionale, 1945-1972*, Univ. de Rouen (dir. J.-P, chaline), 1999 ; Laurent Martin, *Le Canard enchaîné ou les fortunes de la vertu. Histoire du plus célèbre des hebdomadaires satiriques, 1915-1981*, univ. Paris I (dir. P. Ory), 2000.

Partons du plus simple, le journal lui-même et son contenu. Il est toujours légitime d'exploiter le discours, considéré aujourd'hui sous l'angle des représentations. Mais prenons garde à ne pas oublier que le journal est un objet cohérent, à tel point qu'on pourrait parier de « système-journal ». Tous les éléments constituants doivent être regardés avec la même exigence : les articles, bien sûr, mais aussi les images (dessin, photographie, infographie), la publicité et jusqu'aux petites annonces, ces deux dernières formes étant aussi de précieux indicateurs indirects sur le lectorat Les images (la remarque vaut aussi pour la télévision) ne présentent pas de difficultés majeures d'analyse. Elles obéissent, certes, à des règles, comme se soumettent à des règles les documents juridiques ou diplomatiques, depuis longtemps exploités par les chercheurs. Pourtant, elles sont encore très négligées, ce qui explique peut-être la rareté des études sur la presse magazine. La photographie de presse, les journaux illustrés offrent aux historiens des perspectives de recherche considérables.

Ensuite, le journal doit être considéré sous l'angle d'un produit commercial émanant d'une entreprise ; entreprise qui, ne l'oublions pas, regroupe trois composantes - l'administration, la rédaction, la réalisation technique -, et s'inscrit dans un environnement complexe. Les relations entre le patron et son équipe, le contre-pouvoir syndical, l'action des techniciens, les rivalités entre les différentes composantes, la vie de la rédaction, les rites et les identités communautaires, etc. sont, parmi d'autres, avec les problèmes propres à l'entreprise et aux groupes de presse, des questions stimulantes.

Il convient, par ailleurs, de s'interroger sur l'évolution du processus de l'information, de sa production à sa réception, sur les mutations du circuit de l'information, de sa source [n] à son extinction, de comprendre la manière dont, au rythme du temps, elle se construit ; l'historien doit s'efforcer de saisir les pressions économiques et politiques, les contraintes et l'adaptation aux techniques, les filtres internes et externes, le poids des pratiques et des habitudes, les modes de sélection et les effets de mimétisme. Au passage, précisons que le travail sur l'article et le discours, par exemple, doit nécessairement tenir compte de ce qui l'entoure, en amont et en aval.

Il faudrait aussi, pour les dernières décennies en tout cas, raisonner davantage en termes de système d'information ; conception qui ouvre la voie

11. En bénéficiant notamment des travaux menés par Michael Palmer sur les agences *{Des petits journaux aux grandes agences*, Paris, Aubier, 1983 ; avec O. Boyd-Barrett, *Le trafic des nouvelles*, Paris, Alain Moreau, 1981).

à des études comparées. On retrouve ici les effets de mimétisme de l'information que nous évoquions plus haut. Les médias ne se contentent pas de se recopier en cercle ; la presse, la radio, la télévision tissent des liens d'interdépendance (voulus ou subis) qui donnent ses caractères originaux à l'information, qui pèsent sur sa hiérarchie, sa mise en scène, son évolution, sa durée. Avec l'arrivée de la radio, puis la domination de la télévision, la place de la presse écrite a considérablement changé. Il est temps, alors - et nous insistons sur ce point -, de rompre avec la logique des supports, de mener des études prenant en compte les trois médias à la fois, sans quoi une partie éminente de la complexité des phénomènes échappera au plus fin analyste.

D'une manière plus générale, il serait utile de privilégier l'étude comparée sur l'approche monographique, de mener cette comparaison à une échelle internationale, afin de mieux dégager les caractères d'une périodisation qui, à son tour, ouvrirait de nouveaux chantiers de recherche.

Et puis, il convient de prolonger les recherches (notamment amorcées par Marc Martin), sur le monde des médias, la profession et son environnement, en s'interrogeant sur les parcours, les pratiques, les réseaux, les sociabilités, en regardant de plus près les relations avec les pouvoirs (en amont et en aval de l'information), les institutions, les groupes de pression, les autres médiateurs, en observant plus largement la place des médias dans la société. Si on en sait davantage sur le journalisme et les journalistes en général, on manque d'études, par exemple, sur le patronat et les patrons de presse, les photographes, les cinéastes d'actualité, etc. Font singulièrement défaut les travaux sur les milieux professionnels de la presse de province.

Ce qui nous amène à une dernière proposition. Les historiens ont spontanément fixé leur attention sur la presse nationale, c'est-à-dire parisienne et quotidienne. Certes, on dispose de monographies de journaux de province. Mais les ouvrages de référence privilégient les exemples des quotidiens parisiens. Jusqu'ici, on manquait cruellement d'une synthèse sur la presse de province : Marc Martin comblera bientôt cette lacune. Néanmoins, sans doute aurait-on tout intérêt à valoriser les études sur les caractères originaux d'une information de proximité : non pas en menant des travaux comparant la presse parisienne à la presse de province ; mais d'abord en réfléchissant en termes de système d'information régionale et en conduisant des études comparées entre régions. Par ailleurs, il faudrait sérieusement se pencher sur la presse hebdomadaire et mensuelle, celle qui, par sa diversité, sa diffusion, son succès, caractérise, plus que la presse quotidienne, la majeure partie du xxe siècle, et nous fournit de précieux indicateurs sur la culture de masse (nous renverrons, à ce propos, aux enquêtes sur les pratiques culturelles des Français, publiées à la Documentation française).

Les historiens des médias n'ont pas la prétention de créer on ne sait quelle école historique ou d'affirmer inconsidérément *Y*existence d'un domaine autonome. Ils souhaitent modestement attirer *Y* attention sur une dimension essentielle de la vie sociale : comment comprendre le XXe siècle, en négligeant un phénomène aussi massif que celui des médias ? Les médias, en effet, ne bénéficient pas encore de toute la légitimité scientifique à laquelle, croyons-nous, ils peuvent prétendre, Soyons francs : travailler sur la télévision, la radio, les images, certaines formes de Fimprimé, quelle que soit la qualité de la recherche, suscite parfois incompréhension ou méfiance. Dans une hiérarchie implicite des objets, les médias appartiennent encore aux « arts mineurs ». Pourtant - et cette rencontre le démontre excellemment -, les historiens du contemporain semblent aujourd'hui prêts à inclure les sources médiatiques les plus variés parmi leurs outils habituels. Nous conclurons sur cette note optimiste.

La place des médias dans l'histoire politique, sociale et culturelle de la France contemporaine

Agnès Chauveau,
Paris X-Nanterre
Hélène Eck,
Paris II-Panthéon-Assas

La place des médias dans l'histoire politique

C'est dans lechamp de l'histoire politique que les travaux des historiens, spécialistes des médias, ont été les plus nombreux. Et c'est par conséquent également dans ce domaine que la source audiovisuelle a été la plus fréquemment mise à contribution et la plus féconde [1].

Des raisons d'ordre différent expliquent cette situation. L'histoire de l'audiovisuel a pris son essor en France au moment où l'histoire politique effectuait, comme on a pu le dire, son « retour », c'est-à-dire au moment où ses problématiques étaient renouvelées. Aussi un certain nombre de questionnements de l'histoire de l'audiovisuel se sont-ils imprégnés de ceux de l'histoire politique.

Les médias audiovisuels ont d'abord été perçus comme des enjeux politiques et des enjeux de pouvoir. En effet, l'importance de la propagande avant-guerre et durant la première guerre mondiale, et l'utilisation qui avait faite en particulier de la radio comme arme de propagande (le viol des foules par la propagande)[2], faisaient que les préoccupations se focalisaient avant tout sur le rôle politique de l'audiovisuel et plus précisément encore sur la capacité d'influence de ces nouveaux moyens de diffusion sur les comportements et les consciences politiques [3]-

1. Sur ce point, voir la contribution de Jean-Noël Jeanneney, « Les médias », in René Rémond (sous la direction de), *Pour une histoire politique,* Paris, Le Seuil, 1988, p. 185-197.
2. Serge Tchakhotine, *Le viol des foules par la propagande politique,* 1939, 2e éd., Gallimard, 1952.
3. Cf le rôle de la radio durant la seconde guerre mondiale. Hélène Eck, *La guerre des ondes. Histoire des radios de langue française pendant la deuxième guerre mondiale,* Paris, Armand Colin, 1985.

Par ailleurs, l'histoire des médias en France, du fait du monopole d'État sur les ondes (et même si celui-ci ne fut jamais total), semblait indissociable du champ politique.

L'intérêt s'est longtemps porté sur la question de l'influence des médias sur l'opinion publique et sur les moyens dont disposaient l'État, les gouvernants, les partis politiques pour peser sur le contenu des messages sur la presse parlée ou télévisée. Pour répondre à cette question, en réalité trop simple et trop complexe à la fois (on est aujourd'hui sorti de la vision mécaniste qui consiste à penser la presse était à la fois le reflet et le lieu de fabrication des opinions publiques), les sociologues ont tenté, par des vérifications empiriques, aux moyens d'enquêtes, de montrer quels types de liens existaient entre les messages et les comportements politiques en centrant leurs travaux sur la réception[4]. Quant aux historiens, ils se sont davantage intéressés à la façon dont étaient fabriqués ces messages et comment le politique pesait sur la fabrication de ces messages.

Ainsi les recherches se donc portées sur l'histoire des institutions, point névralgique pour comprendre comment les messages radiophoniques ou télévisuels sont fabriqués choisis, sélectionnés, construits.

Leur attention s'est surtout portée sur la dépendance politique de la radio et de la télévision à l'égard du gouvernement Et il n'est pas très étonnant que les premiers chercheurs consacrent leurs travaux à l'information (journal télévisé-magazine) censée mieux retracer l'histoire de cette dépendance politique[5]. En effet, cette focalisation sur l'information est bien la conséquence de la croyance partagée dans une influence presque mécanique de la radio et de la télévision sur les comportements politiques. Quelle représentation les médias audiovisuels ont-ils donnée de tel événement, de telle politique ? Quelles influences sont-elles venues s'exercer pour infléchir dans un sens ou

4. Sur ces questions, on verra les articles pionniers de Claude Neuscwander et René Rémond, 'Télévision et comportement politique", *Revue française de science politique*, juin 1963, p. 325-347 ; de Michelat (Guy), « Télévision, moyen d'information et comportement électoral », Revue française de science politique, octobre 1964, mais également Blumler (Jay G.), Cayrol (Roland), Thoveron (Gabriel), *La télévision fait-elle Vélection ?* Paris, Presses de la Fondation nationale des sciences politiques, 1978 ainsi que Lazarfeld (Paul) Katz (Elihu), *Personnal influence*, Glencœ, The free press, 1955. Enfin, certains ouvrages présentent une bonne vue synthétique de ces recherches : Balle (Francis), *Médias et sociétés*, Paris, Ed. Montchrétien, 4e édition 1988. Katz (Elihu), « La recherche en communication depuis Lazarsfeld », *Hermès*, 4, 1989, p. : 77-91. « À la recherche du public », *Hermès* 11-12, 1993.

5. Voir Jean-Noël Jeanneney, Monique Sauvage, *Télévision nouvelle mémoire. Les magazines de grand reportage 1959-1968*, Paris, Seuil/Ina, Coll. L'histoire immédiate, 1982.

dans un autre ces représentations et quelles sont les conséquences sur la formation des consciences ? Cette question, pour essentielle qu'elle soit, n'en est pas moins réductrice dans la mesure où c'est oublier que les processus de formation d'opinion, si tant est qu'on puisse les connaître et les repérer, passent par des mécanismes plus complexes. C'est oublier aussi que la formation des identités, des cultures et des comportements politiques passent par des chemins qui ne sont exclusivement ceux de F information. D'où un élargissement des centres d'intérêts à l'ensemble des programmes propres à modeler lentement les représentations[6]-

Toutefois, certaines recherches vont montrer la complexité des relations entre le pouvoir politique et la radio-télévision [7]. L'évolution n'est pas aussi linéaire que le laisse penser l'évolution juridique. Pour rendre compte de cette complexité, il fallait montrer le jeu des rapports de force interne et externe, les mécanismes des prises de décision ainsi que la façon dont se transformaient les représentations du rôle politique de ces nouveaux moyens de communication de masse.

Du côté des gouvernants, au nom de la conception de l'unité de la République et de la Nation et de la représentation qu'ils se font de la formation et de la gestion de l'opinion publique, s'élabore la doctrine de la radio et de la télévision, voix de la France. Comment se forme cette représentation, comment transcende-t-elle les divisions politiques, comment se transforme-t-elle ?

Du côté des professionnel, cette conception, au nom du même idéal, est à la fois partagée et rejetée au nom de leur idéal professionnel d'indépendance et de liberté de l'information. Et dans une certaine mesure, toute l'histoire de l'information parlée et audiovisuelle, au moins jusqu'aux années 1980, est l'histoire de cette tension plus ou moins vive selon les périodes. Comment et par quels processus les professionnels construisent un champ de représentation autonome, comment et par quels processus - en s'appuyant notamment sur les opinions publiques - parviennent-ils à imposer progressivement leurs conceptions ?

6. Isabelle Veyrat-Masson, *Quand la télévision explore le temps*, Paris, Fayard, 2000.
7. Sophie Bachmann, *VEclatement de l'ORTF*, Paris, L'Harmattan, 1997. Jérôme Bourdon, *Histoire de la télévision sous de Gaulle*, Paris? Antropos-INA, 1990. Agnès Chauveau, L'Audiovisuel en liberté ? Histoire de *la Haute Autorité*, Paris, Presses de Sciences-Po, 1997. Hélène Eck, *La Radiodiffusion française sous la FVe République. Monopole et service public (août 1944-décembre 1953)*, thèse de doctorat d'histoire, université Paris-X-Nanterre, 1997.

Quels sont les mécanismes par lesquels transite l'influence politique ? Le processus de décision est souvent plus complexe et ne se réduit à l'image caricaturale du ministre de l'information téléphonant directement à « son directeur » de la télévision pour lui dicter ses ordres. Quels sont les programmes soumis à une plus grande influence ?

Enfin, quels sont les mécanismes par lesquels les gouvernements décident de desserrer progressivement l'étau tandis que se profile progressivement, sous la pression conjointe des évolutions techniques et des transformations des mentalités, l'idée de l'éclatement du monopole d'État, Processus qui sont bien évidemment imbriqués, mais qui ne suivent pas exactement les mêmes temporalités.

Après l'ouverture au privé, les problématiques se déplacent. La question n'est plus tant celle de l'influence politique sur les institutions et les programmes, mais davantage celle des stratégies des groupes privés. Il n'empêche que demeure la question des chemins par lesquels transite l'influence politique. Et se pose à nouveau, comme pour la presse écrite dans les années 30 mais sous des formes différentes, la question des relations entre l'argent et le politique.

En parallèle de cette histoire des institutions de radio-télévision en relation avec le politique, s'est aussi posée la question de la façon dont les hommes politiques se sont emparés de ces nouveaux outils de communication pour établir un lien qu'ils pensent direct entre eux et l'opinion publique. En d'autres termes, comment est-on passé d'un temps de propagande gouvernementale à celui de la communication politique ? Là aussi les évolutions sont plus complexes que la question ne le laisse paraître. Irrésistiblement attirés par les nouvelles possibilités qui leur sont offertes, les hommes politiques sont aussi méfiants, sceptiques voire hostiles à se servir de l'audiovisuel comme support à leur discours politique. L'histoire est donc celle de la découverte parfois maladroite, tâtonnante à celle de l'appropriation des nouveaux supports. Mais en même temps, les hommes politiques doivent compter de plus en plus avec le groupe des journalistes, qui revendiquant son indépendance professionnelle, invente des règles susceptibles de modifier le débat politique. Au temps où l'on s'exprimait seul face à un micro ou à une caméra, adaptant peu ou prou, ses discours aux exigences et caractéristiques du nouveau média, succède celui où l'on doit faire face à une armée de journalistes, s'appuyant sur l'idée qu'ils ont été investis d'un rôle de représentant de l'opinion publique, et fermement décidés à imposer leurs règles au débat et à en découdre avec la fameuse « langue de bois ».

Comment le débat démocratique s'est-il modifié sous l'influence progressive de la radio et de la télévision ? Quelles ont été les principales

transformations ? La télévision et la radio sont-elles responsables des transformations de l'éloquence politique ou ne sont-elles qu'un élément parmi d'autres qui puisse expliquer cette transformation ? Ont-elles dénaturé, ainsi que les oiseaux de mauvais augure le prédisaient, le discours politique en privilégiant la forme sur le fond, en simplifiant à l'extrême, pour céder aux exigences de la masse, l'essence même des discours ? Sans céder aux prédictions pessimistes qui ont prévalu et qui prévalent encore, il serait vain de nier les profonds changements du débat politique que les médias audiovisuels ont soit suscités soit simplement accompagnés. Mais encore une fois, la question de leur rôle dans le façonnement et dans l'évolution des comportements politiques reste complexe. Il n'en reste pas moins qu'on ne peut passer sous silence la question de leur responsabilité dans l'émergence par exemple de certains leaders politiques, dans les succès comme dans les échecs de ces derniers. De même, on ne peut sous-estimer la part qu'ils jouent dans la façon dont les électeurs-citoyens-auditeurs-téléspectateurs se construisent une image de ces représentants et du pouvoir[8].

La place des médias dans l'histoire sociale

Il est un autre front, moins ardemment travaillé que les précédents, mais qui pourtant est essentiel : celui des transformations sociales.

Écartons d'emblée la question de la radio et de la télévision comme destructrice ou fondatrice d'un social qui unit la communauté des auditeurs et téléspectateurs. Notons toutefois au passage que les deux médias ont d'abord été perçus comme destructeur d'un lien social (le temps des discussions familiales laisse place à des individus avachis et passifs devant leur poste de radio et de télévision), avant d'être considérés comme fondateur d'un autre lien social au sens où ils permettent à une communauté d'individus de vivre simultanément les mêmes événements, les mêmes émotions, et enfin destructeur à nouveau de ce lien social par la diversification de leurs supports et la fragmentation des écoutes [9].

Sans nier pour autant que la radio comme la télévision jouent un rôle important dans la constitution des identités collectives, qu'elles ont une

8. Voir en particulier les chapitres IX et X de Jeanneney, Jean-Noël (dir.) avec la coll. de Chauveau, Agnès, *L'Écho du siècle, dictionnaire historique de la radio et de la télévision,* Paris : Hachette-Littérature, 1999.
9. Dominique Woiton, *Eloge du grand public. Une théorie critique de la télévision,* Paris, Flammarion, 1990.

Influence sur le sentiment d'appartenance à une communauté, ces constructions globalisantes paraissent néanmoins réductrices dans la mesure où elles ne reflètent pas la diversité des pratiques.

Une autre question peut intéresser davantage les historiens.

Comment parler des transformations sociales en particulier depuis 1945 sans faire appel à la source audiovisuelle et à l'étude de la radio-télévision ?

Tout d'abord, parce que la source audiovisuelle permet de repérer utilement ces changements. Les comportements sociaux se sont bouleversés, et l'audiovisuel offre un poste d'observation privilégié à l'historien. H est en effet loisible d'y repérer les façons de se comporter, les façons de s'exprimer, de se vêtir (les modes), de s'adresser à l'autre. La radio et la télévision permettent ainsi une véritable observation ethnographique de notre société. Et Ton est toujours saisi, même en tant que téléspectateur ou auditeur non averti, par ce que les archives révèlent à la fois de différences et de similitudes quant au comportement de nos prédécesseurs. De ce point de vue, la source est inédite tant sur la forme que sur le fond des propos, des attitudes et des sensibilités collectives.

D'abord parce que les professionnels de ces nouveaux médias ont inscrit explicitement la démarche ethnographique et la question sociale au cœur de leur préoccupation. La télévision des débuts se poste en observatrice des pratiques quotidiennes, principalement des milieux populaires - ouvriers et ruraux. Informative et documentaire, elle s'intéresse au long des années 50, à la façon dont par exemple se déroule et s'organise de l'intérieur la vie familiale. Elle s'immisce ainsi dans les espaces de la vie privée, montre les objets, les lieux... Les documentaires « États d'urgence » de Roger Louis témoignent de ce souci. Le premier numéro en 1954 « Ce que j'ai vu chez vous » montre une journée de la vie d'un couple de paysans de l'Aisne. Cette chronique nous en apprend autant sur la situation paysanne des années 50 que sur le processus de représentation des problèmes sociaux par la télévision qui invente alors ses propres mécanismes comme le montre la question qui clôt rémission : il va vendre sa ferme car il ne peut plus s'en sortir tout seul... Qu'est-ce que vous feriez à sa place ? [10]

Autre exemple : les premiers numéros de la série « A la découverte des Français », de Jean-Claude Bergeret sont réalisés avec le concours du groupe d'ethnologie sociale du Musée de l'homme et de Paul-Henry Chombart de

10. Voir en particulier les contributions de François Jost et de Marie-françoise Levy in Jérôme Bourdon, Agnès Chauveau, Francis Denel, Cécile Méadel et Laurent Gervereau (dir.j, *La Grande Aventure du petit écran, La télévision française* 1935-1975, Paris BDIC-INA, 1997.

Lauwe. On y retrouve la démarche ethnographique (le n°2, le 11 décembre 1958 : une famille de mineurs de Bruay en Artois ; une famille de paysans : dangers en pays Chartains).

Mais à ce chapitre, il est une autre question essentielle : La radio et la télévision ont-ils été des aiguillons de ces transformations sociales ? Cette question peut-elle constituer une grille de lecture, une hypothèse de travail de l'histoire de ce média. Si oui, comment repérer ou isoler le rôle de la télévision dans les innombrables facteurs à l'origine des mutations sociales ?

Si l'on s'en tient à l'idée la plus communément répandue, la réponse est négative. Média de masse, la radio et la télévision auraient toujours eu peine à innover. Elles seraient le lieu de tous les immobilismes. Étroitement contrôlées politiquement, elles seraient le tenant de l'ordre moral. Puis, abandonnées aux lois du profit, elles seraient le lieu de tous les conformismes .

Or une introspection dans l'histoire de la radio et de la télévision montre que, sans être forcément à la pointe du changement, les deux médias auraient souvent sinon suscité, du moins accompagné les évolutions sociales. Ne serait-ce qu'en se faisant les échos, ils jouent un rôle de révélateur des débats de société [11]. En les portant sur la place publique, ils leur donnent une légitimité et une ampleur jusqu'alors inégalées.

Ainsi lorsque l'on prend comme thème des questions aussi diverses que l'homosexualité, la condition des femmes, on s'aperçoit que la radio et de la télévision ont parfois été à l'origine d'initiatives pour faire évoluer les esprits par rapport aux pesanteurs sociales héritées du passé.

Les études récentes sur les émissions des années soixante et surtout soixante-dix montrent par exemple qu'elles n'ont pas seulement accompagné les progrès de la situation de la femme dans la société, et de sa liberté par rapport à son corps, mais qu'elles les ont servis souvent, et parfois précédés.

Ainsi à la radio, par exemple, les émissions de Ménie Grégoire sur RTL (1967-1981) relèvent de cette dynamique et rendent publics les arcanes de la vie familiale. La vie privée (crises familiales et conjugales, sexualité) et les aspirations des femmes, ainsi mises en ondes dans les années soixante-dix, contribuent à l'évolution des mentalités [12].

11. Nous renvoyons à la très utile collection : *Voir et Savoir. Les images du temps présent à la télévision*, 1949-1964, Monique Ageron et Marie-Françoise Lévy (dir.), collection de cinquante cassettes avec fiches documentaires, Paris, INA_5 1997. On consultera aussi : Marie-Françoise Lévy (dir.), La *Télévision dans la République. Les années 1950*, Bruxelles, Éditions Complexe, 1989.

12. Dominique Cardon et Smaïn Laacher, « Les confidences des Françaises à Ménie Grégoire », *Sciences humaines, n* 53, août-sepL 1995 ; "Chère Ménie... Émotions et engagements de l'auditeur de Ménie Grégoire", *Réseaux*, n°70, mars-avr. 1995.

De même à la télévision, *Les femmes aussi*, série documentaire produite par Eliane Victor de 1964 jusqu'en 1973, retrace des récits : histoires singulières de femmes au cœur de leur vie journalière contribuant, de manière implicite, à mettre la question de la condition féminine au centre des débats.

Selon quelle temporalité- tenant compte des discontinuités et des décalages-la radio et la télévision s'approprient-elles et traduisent-elles ces débats ?

Reste la question - toujours difficile- de la réception et de l'influence qu'ont pu jouer dans ce domaine comme dans d'autres la radio et la télévision.

La place des médias dans l'histoire sociale

Les aspects de ce thème sont nombreux et complexes. Aussi me limiterai-je à trois d'entre eux.

- Comment se manifeste 1 ' « hégémonie » des médias audiovisuels dans la vie culturelle contemporaine ?
- Dans l'histoire des relations entre « culture de masse » et « culture savante », quel est l'apport de l'étude des médias audiovisuels ?
- Un demi-siècle de consommation audiovisuelle, a-t-il pu créer une « culture audiovisuelle » ? et de quoi serait-elle faite ?

Une place hégémonique ?

La réponse est évidemment affirmative à la lumière des données concernant les pratiques culturelles des Français : les trois quarts d'entre eux regardent la télévision tous les jours et la durée d'écoute moyenne, par jour, pour l'ensemble de la population, est de trois heures. Ces chiffres globaux masquent de grandes disparités d'usages mais ils sont néanmoins révélateurs de l'ampleur du phénomène et de sa généralisation car il concerne toutes les tranches d'âge et toutes les catégories sociales [3]. La télévision n'a pas détrôné la radio dont l'écoute est également, en moyenne, de trois heures par jour. En dépit de l'augmentation du nombre de chaînes thématiques, la télévision généraliste hertzienne, diffusée en clair, demeure encore un vrai média de masse, fédérateur de publics divers.

Impossible donc d'ignorer que la télévision, depuis trente ans, est l'élément dominant, exclusif pour certains, de l'environnement culturel des Français, et notamment des jeunes.

1. Les adultes actifs et diplômés, moindres consommateurs que la moyenne, lui consacrent tout de même de 15 à 17 h par semaine. Cf. SJTI/CNC/CSA/INA, *Indicateurs statistiques de VAudiovisuel*, édition 1998, La Documentation française, 1998.

On sait aussi que la télévision est directement ou indirectement organisatrice de F économie d'autres secteurs des industries culturelles. Les relations financières que les chaînes entretiennent avec les fédérations sportives ou avec la production cinématographique sont bien connues.

Par delà des seuls aspects financiers, la télévision ordonne les spectacles en fonction de ses propres exigences. La possibilité d'une retransmission dépend de la « télégénie » de Faction et du dispositif scénique [2]. Rappelons par exemple, la quasi totale absence de l'escrime à la télévision, en dépit des succès internationaux et olympiques des équipes françaises. A l'inverse, la composition et l'édition d'une chanson sont souvent aujourd'hui indissociables de la conception simultanée d'un clip.

Ces relations, très évidentes en notre temps, ont des précédents parfois anciens. Songeons aux réactions des théâtres, des cabarets, du cinéma, du milieu musical, lors de l'apparition de la radio puis de la télévision. Les sociétés d'auteurs et compositeurs, les syndicats de comédiens et d'interprètes, les directeurs de salles de spectacle et le milieu musical comprirent précocement que ces médias n'étaient pas seulement de redoutables concurrents, mais aussi de formidables moyens de promotion commerciale et artistique.

L'on peut ainsi s'interroger sur les circuits à la fois commerciaux et culturels qui font passer une œuvre, un personnage, d'un support à l'autre, un livre devenant une émission, une émission devenant un livre, l'émission se matérialisant en objet, comme l'illustre le succès contemporain de Babar, pourtant venu d'un autre temps.

« L'hégémonie audiovisuelle » est, pour partie, le résultat d'une histoire faite d'affrontements et de conciliations successifs entre l'audiovisuel et les autres secteurs de la vie culturelle, mélange d'intérêts économiques bien compris et d'héritages culturels revisités.

En ce domaine, le rôle de l'Etat fut décisif. Bien qu'il ait considérablement évolué durant ces quinze dernières années, il demeure très important et original, comparé à celui d'autres pays. A l'heure du « marché planétaire », l'on peut encore parler (mais pour combien de temps ?) de « régulation à la française » [3]. Cette régulation trouve ses origines dans la représentation que les élites politiques et intellectuelles se forgèrent du rôle des médias audiovisuels auprès

2. Cf. Anne-Marie Gourdon (dir.), *Des arts et des spectacles à la télévision, Le regard du téléspectateur,* CNRS Éditions, 2000, 195 p.
3. Monique DAGNAUD, *L'État et les médias, Fin de partie,* Éditions Odiîe Jacob, 2000, 246 p., p. 74-121.

du grand public : réduire l'écart entre « culture savante » et « culture de masse », être les vecteurs du divertissement, mais aussi les agents de la démocratisation de la culture française.

Les médias audiovisuels entre « culture savante » et « culture de masse ».

L'opposition « culture savante »/« culture de masse » est une donnée importante de l'histoire culturelle. Nous savons aussi que la formule, trop abrupte, masque des phénomènes socio-culturels complexes. Les travaux consacrés aux médias audiovisuels apportent une contribution indispensable à l'explicitation et à la compréhension de cette relation [4].

De la naissance de la presse populaire au xixe siècle à Internet, les élites intellectuelles, de droite comme de gauche, ont toujours exprimé leur inquiétude quant aux effets des médias de masse sur le devenir de la démocratie, de la culture et/ou de la morale, menacées par le pouvoir néfaste de ceux qu'André Malraux appelait « les industriels du sexe, du sang et du rêve ». Inquiétude à peine tempérée, chez les plus optimistes, par l'espoir qu'un « bon » usage desdits médias permettrait d'éviter le pire : la manipulation des esprits et le triomphe du mauvais goût.

Mais l'étude des programmes montre qu'en dépit de leur inquiétude les intellectuels ont assez tôt approché les médias audiovisuels, ne dédaignant pas de fréquenter les studios, surtout ceux de la radio,

Cette rencontre des élites et du micro n'est en rien surprenante car le rôle de la radio du monopole était de « jeter des ponts » entre la culture du petit nombre et la masse des auditeurs [5].

Les professionnels qui bâtirent la télévision dans les années 1950 et 1960 partageaient cet idéal, mais, pour des raisons institutionnelles et politiques, la participation des intellectuels (dont les historiens) aux émissions n'intervint véritablement que dans les années 1970. Le débat sur la « médiatisation des clercs » était lancé....

La radio comme la télévision ont conquis leur audience par des programmes de divertissement, jugés « décervelants », mais l'une comme l'autre ont, parallèlement, effectué un travail considérable de médiation culturelle. Il nous

4. Cf. Isabelle Veyrat-Masson, *Quand la télévision explore le temps, L'Histoire au petit écran,* Fayard, 2000, 567 p.
5. Selon le mot de Paul Gilson, directeur des programmes de la Radiodiffusion française, de 1946 à 1963.

faut, en tant qu'historiens, prêter attention à ces « hybrides » [6] que sont inadaptation, par l'audiovisuel et pour l'audiovisuel, des œuvres du patrimoine, l'écriture de scénarios originaux, la vulgarisation des savoirs, si difficile à réaliser, notamment dans le domaine scientifique, avec ses succès et ses limites [7],

Cela paraît d'autant plus justifié que l'ère des « ponts » entre culture savante et culture de masse semble s'être achevée avec la fin du monopole et l'apparition des chaînes commerciales. Cependant, à trop déplorer (une fois encore.) les conséquences néfastes de l'audience et de la concurrence sur la programmation, l'on risque de négliger la masse de documentaires, d'interviews et de débats, proposée à qui veut bien les regarder. A l'inverse, pour dissiper toute nostalgie trompeuse, rappelons que la radio du monopole, comme la télévision, dut s'adapter aux goûts du public, plus enclin à apprécier les variétés et les films que les émissions dites « sérieuses ».

C'est pourquoi, par delà l'opposition culture savante/culture de masse, la consommation massive et régulière de la radio et de la télévision pose la question de l'existence d'une « culture audiovisuelle » spécifique. Quels en sont les éléments ? Comment l'appréhender ?

Une « culture » audiovisuelle ?

Les termes paraissent antinomiques. La « culture » désigne encore l'ensemble des savoirs transmis et acquis par l'écrit, maîtrisés par l'apprentissage de méthodes d'analyse et de critique dont le modèle, peu ou prou, demeure celui de l'école et dont le support est l'imprimé. Elle n'ignore ni l'émotion, ni l'imagination mais les subordonne à son projet d'éducation du jugement et du goût. Pour ce faire, elle ordonne, hiérarchise et compare.

La radio et la télévision sont les diffuseurs d'un flux à la fois morcelé et ininterrompu de spectacles très divers. Elles sont d'abord des objets domestiques étroitement intégrés à la vie ordinaire, (à tel point que l'on parle de « télévision tapisserie » [8]), des médias du temps quotidien sans mémoire, des « passe temps ». Elles n'ont pu d'ailleurs s'affirmer comme arts en dépit des efforts déployés à leur apparition par les professionnels, aidés de certains

6. Le mot est de Edgar Morin, *L'esprit du temps*, Grasset, 1983 (rééd.), 2 vol.
7. Cf. Françoise Tristani-Potteaux, « Les journalistes face aux promesses et aux menaces de la science », in *Clefs pour le siècle*, Université Paris H/Dalloz, 2000, p. 1104-1124.
8. Un tiers des téléspectateurs déclarent laisser la télévision allumée, qu'ils la regardent ou non.

critiques, pour légitimer leur activité singulière. Elles ne semblent pas non plus avoir bénéficié du mouvement, qui, dans ces vingt dernières années, a légitimé des productions culturelles considérées jusque là comme mineures, la bande dessinée ou la chanson, par exemple, La cinéphilie fait désormais partie de la culture de l'honnête homme contemporain mais il n'existe pas de « téléphilie » : il n'existe que des téléphages.

Par ailleurs, cette culture audiovisuelle, de par ses contenus, semble bien répétitive, caractérisée, comme d'autres produits de la culture de consommation, par « sa réticence foncière au changement », oscillant sans cesse entre deux pôles constitutifs : « l'effet de réel et l'effet d'évasion » [9]. Rappelons que l'un des plus grands succès d'audience de l'année 1999 fut l'élection de Miss France (15 millions de téléspectateurs environ).

Ainsi aurions-nous affaire à une culture paradoxale : perpétuellement renouvelée mais figée dans ses ressorts, La « culture audiovisuelle » n'est cependant ni totalement immobile ni totalement amnésique.

L'historien ne peut ignorer l'évolution des représentations que les médias audiovisuels proposent à leurs spectateurs et la façon dont ces derniers les accueillent. L'observation des fictions par exemple montre comment évolue dans le temps, l'interpénétration du réel et du faux, du vécu et du fantasmé. Que signifie dans le contexte social contemporain, cette abondance de personnages de séries confrontés aux « problèmes de société » (violence urbaine, école, maladie, difficultés familiales), toutes questions qui alimentent par ailleurs l'information ?

Comment les consommateurs s'approprient-ils ces représentations, même « simplettes », faites pour les séduire ? Cette question renvoie à celle des usages et des comportements des téléspectateurs, qui a fait l'objet, depuis plus de cinquante ans, de nombreux travaux et débats, notamment de sociologues. Le lien qui s'établit entre l'écran et le spectateur est complexe et il serait vain de vouloir en mesurer les effets directs. L'impact de la violence à l'écran sur le comportement des jeunes, par exemple, a suscité un débat aussi ancien que le média lui-même, sans apporter de réponse tranchée.

Ces recherches nous aident cependant à réfléchir sur les représentations proposées et à en observer les infléchissements au fil du temps.

C'est ce qui permet de s'interroger, en particulier, sur le rôle des médias audiovisuels dans la constitution de repères culturels communs à une même

9. Pascal ORY, *L'aventure culturelle française (1945-1989)*, Flammarion, 1989, 241 p., p. 105-108.

classe *d'âge* [10]. « Repères » et non culture commune, car nous savons bien que les écarts sociaux et les parcours scolaires restent déterminants.

Il n'en demeure pas moins que les médias audiovisuels constituent la base de la sociabilité juvénile depuis trente ans et que leurs programmes ont structuré durablement la mémoire des consommateurs, au même titre que la mode vestimentaire ou l'emploi d'expressions particulières. On en voudrait pour preuve la politique actuelle des radios thématiques musicales. Elles organisent leur programmation en fonction de publics très précisément « ciblés » par tranche d'âge, auxquels elles proposent des titres et des types de musique, correspondant aux « tubes de vos vingt ans ». Cette stratégie des entreprises radiophoniques révèle et conforte l'existence d'une mémoire musicale générationnelle, également repérable par la consommation des disques et des cassettes [1]. Rappelons qu'aujourd'hui encore, l'achat d'un disque sur deux est motivé par l'écoute de la radio.

Certaines chaînes de télévision utilisent aussi ce phénomène générationnei, en rediffusant les séries les plus célèbres, des années 1960 aux années 1980.

Ainsi se manifeste l'existence d'une « culture » audiovisuelle prégnante, fondée non sur le savoir et la mémoire précise, mais sur le plaisir, le souvenir et la nostalgie de ce plaisir. Plaisir qui peut d'ailleurs être parfois partagé entre générations, puisque les études d'audience montrent que les plus jeunes ne dédaignent pas de découvrir ces programmes « ringards », théoriquement destinés à leur aînés. La télévision, plus que la radio, semble bien demeurer, même dans ses programmes « ciblés », un média fédérateur des goûts des différentes générations.

La culture audiovisuelle de masse n'appartient pas encore au passé. Mais il est certain qu'au cours des années 1990, les modes de consommation se sont diversifiés et fragmentés, rassemblant des « tribus » qui sélectionnent et mêlent, à leur convenance, des produits variés, correspondant à leurs goûts et à leurs désirs, durables ou passagers.

La radio, déjà, ne s'adresse plus à un public « de masse ». La télévision affine ses études de programmation pour fidéliser des publics zappeurs, amateurs de cassettes vidéo, de consoles de jeux, avec à l'horizon, le désir

10. Cf. Le travail de Dominique Pasquier sur les causes du succès du feuilleton « Hélène et les garçons » auprès des pré-adolescents, in « Chère Hélène, les usages sociaux des séries collège », *Réseaux*, n°70, mars-avril 1995.

11. Cf. Olivier Donnât, *Les pratiques culturelles des Français. Enquête 1997*, La Documentation française, 1998, p. 118-120.

d'acquérir un équipement multimédia, associant audiovisuel, informatique et télématique.

En 1955, André Chamson s'interrogeait : « Dans quelle mesure, une culture dans laquelle l'image serait maîtresse ne déterminerait-elle pas à terme et lentement, une modification de la structure mentale qui peut être la nôtre ?». Cette question demeure d'actualité mais il faudrait peut-être remplacer le terme d'»image » par celui d'»écran ». L'histoire du livre et de la lecture montrent que « la culture de l'imprimé » ne se définit pas par ses seuls contenus. La nature même du support et la structuration du texte par sa mise en forme, induisent des attitudes intellectuelles et physiques, suscitent des conduites particulières chez le lecteur. Se référant à *ces* « usages de l'imprimé » [12], les auteurs d'une enquête portant sur les pratiques audiovisuelles des jeunes, qui ont grandi dans un univers audiovisuel diversifié mêlant radio, télé, jeux vidéo, informatique et CD, observent l'émergence d'une « culture de l'écran » dont la télévision est un élément dominant mais non exclusif [13].

L'usage de l'écran repose sur des connaissances empiriques, mais mobilise bien entendu des représentations mentales. Les jeunes utilisateurs sont capables d'effectuer un décodage rapide d'éléments très rythmés, sans construction linéaire, elliptiques, anticipant sur le déroulement des scénarios pour l'infléchir ou le contourner. Ils montrent leur aisance à se mouvoir dans un univers culturel polymorphe où se télescopent des formes et des contenus hétérogènes, entre réel et virtuel. Ce qui relance, bien entendu, la question des bienfaits et méfaits présents et à venir de telles pratiques, tant sur le plan pédagogique que social.

Cette évolution devrait inciter l'historien à examiner les caractéristiques de la culture audiovisuelle de masse, pendant qu'il en est temps encore. La tâche est relativement simple, comparée à celle des historiens (à venir ?) de la « cyber culture».

12. Cf. Roger Charîier (dir.) *Les usages de l'imprimé*, Fayard, 1987.
13. Josiane Jouet et Dominique Pasquier, « Les jeunes et la culture de l'écran. Enquête nationale auprès des 6-17 ans », *Réseaux*, CNET/Hermès Science Publications, n°92-93, 1999, p. 27-102.

Plaidoyer pour une histoire des médias qui prenne en compte l'histoire des entreprises de médias

Patrick Eveno, ***Université de Paris I-Sorbonne***

Je souhaite vous présenter les réflexions d'un historien des médias, qui a abordé ce sujet par le biais de l'économie des entreprises, sur l'état actuel de la recherche en histoire des médias. Les historiens des médias sont en passe de s'affirmer grâce à la reconnaissance par la communauté scientifique de la spécificité de leur objet d'étude, les médias, tous les médias, depuis les feuilles de l'époque moderne jusqu'à Internet, en passant par la presse, la radio et la télévision. Toutefois, les recherches sur les médias ont, à mon sens, trop longtemps privilégié les aspects politiques, en cherchant à étudier l'opinion publique à travers les médias.

Quand, à l'occasion d'un fonds d'archives particulièrement riche, des chercheurs abordaient l'économie des médias, ils le faisaient de façon parcellaire ou dissociée de la sphère de l'histoire politique. Ainsi, Francine Amaury, dans sa thèse fondatrice sur *Le Petit Parisien* \ étudie en deux volumes séparés l'histoire de l'entreprise et l'histoire rédactionnelle du journal, comme s'il n'y avait pas de rapports entre ces deux histoires. Or, dans la période que couvre sa recherche, 1876-1944, soit l'ensemble de la IIP République, il apparaît évident que l'économie des médias a été bouleversée, d'abord par la loi de 1881, puis par l'apparition de la radio, ce qui, inévitablement, a eu des conséquences sur le pian rédactionnel. Mon opinion est donc qu'il faut considérer dans une même étude, à la fois le contenu rédactionnel, politique et culturel du journal, de la station ou de la chaîne, et l'évolution de l'entreprise qui produit le journal ou les émissions. Certes, depuis quelques années, les

1, Francine Amaury, *Histoire du plus grand quotidien de la Ille République, Le Petit Parisien, 1876-1944,* PUF, 1972.

problématiques évoluent : on le remarque dans des thèses récentes comme celle d'Anne-Cécile Sibout sur *Paris-Normandie* ou celle de Laurent Martin sur *Le Canard enchaîné,* mais les recherches qui prennent en compte à la fois l'entreprise et le contenu médiatique sont encore trop peu nombreuses.

Et pourtant, dans la mesure où la quête, la mise en forme et la diffusion de l'information ont un coût, cette dernière a un prix de revient et un prix de vente, comme les autres produits industriels et les autres services marchands. Sauf à imaginer une information organisée par l'État, ou un monde de îa communication dans lequel toutes les institutions publiques et privées délivreraient des messages entièrement contrôlés par elles, l'information suppose l'existence d'une collectivité journalistique qui pratique la quête et la mise en forme des informations, tandis qu'une entreprise assure la rémunération des salariés et le financement des coûts de production et de diffusion (impression, achat de papier, achat de droits, financement des programmes pour l'audiovisuel, etc.).

Les médias sont donc en même temps des entreprises et des intermédiaires culturels et politiques. Depuis le xvnr[5] siècle, les médias sont produits par des entreprises (voir par exemple l'imprimeur, libraire et entrepreneur de presse Charles-Joseph Panckoucke), parce qu'ils sont nés et ont prospéré dans l'économie de marché. Le résultat pratique pour l'historien est que, en dépit des différences de lieu, de temps et de supports (presse, radio, télévision, Internet ou autres), les entreprises de médias ont de nombreuses caractéristiques communes.

Même si, au début d'un nouveau support, on chante l'air de la liberté, celle des découvreurs et des nouveaux publics (voir, successivement, la presse, la radio, la télévision et Internet), même si, dans la période de démarrage, les médias apparaissent comme des libérateurs face à l'oppression des pouvoirs (voir les mêmes), il faut, et rapidement, en venir à la rentabilité, parce que les médias sont des produits, des industries, du commerce, parce que les médias ne peuvent perdurer que dans un monde de liberté et de concurrence, sauf à porter la parole du maître (la *Pravda).* Cette concurrence s'exerce entre supports similaires, mais également entre les différents types de médias et entre les médias et d'autres vecteurs de culture ou de divertissement tels que le livre, le disque, le cinéma, etc.

Depuis le XVIII siècle, les médias sont édités et diffusés majoritairement dans et par des entreprises privées ; les médias étatisés restent minoritaires, dans le temps (une partie du XXe siècle et seulement pour une partie de la radio et de la télévision) et dans l'espace. En outre, le comportement des médias dits de « service public » n'est guère différent de celui des entreprises privées :

en effet, un directeur de chaîne ne peut pas faire le choix de l'absence d'audience, il peut seulement faire le choix de limiter son public en fonction du contenu rédactionnel et culturel qu'il souhaite donner à sa chaîne, comme le font également certains entrepreneurs privés, qui ont sélectionné un public ou un lectorat restreint (par exemple les revues savantes ou de réflexion).

La question est alors de clarifier les sources de financement, afin de savoir à quel type d'entreprise on a affaire, parce que toute l'économie de l'entreprise et le contenu du média en découlent. Ce qu'il faut examiner c'est qui paye, quoi et pourquoi ? parce que celui qui paye est celui qui commande.

Le financement, les recettes, la rentabilité des médias proviennent de trois sources : en premier le lecteur (ou l'auditeur, le téléspectateur, l'utilisateur), en second la publicité, en troisième, les financements occultes ou occultés. Dans le cas de la redevance publique, le financement par l'État est en réalité un financement indirect par l'auditeur qui paye la redevance.
Dans cette situation il n'existe que deux catégories d'entreprises de médias :

Premièrement les entreprises situées sur le marché, contraintes à la performance et à la rentabilité financière comme les entreprises des autres secteurs, qui sont dans l'obligation de trouver des lecteurs et/ou de la publicité, faute de quoi elles disparaissent. Rappelons que le mode de financement par la publicité est indirectement un financement par le lecteur/auditeur, parce qu'en dernier ressort, ce n'est pas la publicité qui paye, mais le lecteur/auditeur, qui, en achetant ou en regardant, justifie la publicité et, par ses achats, paye le support par l'intermédiaire de l'annonceur, qui répercute le coût des campagnes dans le prix de vente de ses produits.

En second, ce que j'appellerais « les danseuses », les entreprises qui poursuivent un but dissimulé au public, ou celles qui ne cherchent pas à vendre leur produit ou leur audience, mais qui visent à exercer une influence, politique, économique, idéologique, ou à rehausser le prestige personnel d'un mécène.

Les entreprises d'État, quant à elles, naviguent au gré des politiques entre les deux autres catégories : médias du prince comme FORTF sous de Gaulle ou médias de marché comme la télévision publique actuelle, elles tentent parfois de concilier les deux approches, sans toujours savoir comment séduire à la fois le public et le pouvoir.

Dans la première catégorie, la rentabilité de l'entreprise est d'ordre financier. Elle demeure contrôlable et relativement transparente, dans la mesure où les comptes des entreprises sont publics, ce qui permet aux historiens de se saisir de cet objet de recherche, alors que dans la deuxième catégorie, le mécène trouve son profit en étant auréolé de gloire ou lorsque l'influence recherchée devient sensible ; dans ce cas les comptes de l'entreprise sont généralement

occultes. Heureusement, dans la plupart des cas, les lecteurs et auditeurs ne sont pas dupes et le média stipendié devient rapidement un gouffre financier, qui conduit F entreprise à la faillite : voir par exemple *Le Figaro,* lorsque François Coty tenta de le transformer en une feuille de propagande fasciste,

Laissons de côté les « danseuses » et intéressons-nous aux entreprises de médias qui cherchent la rentabilité financière. La problématique des entreprises de médias est de trouver un équilibre entre le contenu rédactionnel et les conditions économiques, sociales et techniques de production. Cet équilibre est souvent fragile, il doit être périodiquement remis en question, parce que les goûts et les attentes du public changent. Un média, quelque soit le support, ne peut demeurer immuable : telle formule est bonne à une époque, mais ne Test plus quelques années plus tard ; qui pourrait encore lire *Le Temps* de 1918 ou Le *Figaro* de 1947 ? Qui pourrait encore écouter la famille Duraton, arrêtée par RTL en 1966, qui pourrait regarder les pièces de théâtre filmées par Marcel Bluwal pour la RTF à la fin des années 1950 ?

Ce que nous appelons maintenant le marketing s'avère très tôt nécessaire, pour tous les médias : le divertissement est depuis fort longtemps un des ressorts des journaux et des entreprises de presse, parce qu'elles ne peuvent pas faire autrement que de se préoccuper des attentes de leurs lecteurs, si elles veulent les conserver. C'est pourquoi le feuilleton, les distractions, les jeux, les informations de service, la gravure ou la photographie ont proliféré dès longtemps dans la presse. Ils ont ensuite été transférés dans les autres médias, qui ont repris, en les adaptant, les formules qui attiraient le lecteur, pour séduire les auditeurs et téléspectateurs. Entre le roman-feuilleton [2] de Ponson du Terrai! et *Friends,* il n'y a pas de changement de nature, mais seulement une adaptation au nouveau support et aux nouvelles attentes du public.

Dans tous les cas, il s'agit d'attirer le lecteur/auditeur et de le conserver en lui offrant une certaine dose de plaisir. En effet, pourquoi un lecteur irait-il vers tel journal plutôt que vers tel autre, s'il n'y trouvait un plus grand plaisir ? Ce plaisir peut être noble ou pur, il n'en est pas moins un plaisir, que le journaliste ou le chef d'entreprise doit satisfaire.

Au passage, écornons le mythe d'une presse qui, dans des temps anciens ou plus récents, aurait été pure de toute démarche commerciale, pour n' adopter qu'une démarche citoyenne : même les revues les plus austères ressentent la nécessité de la mise en page, d'élaborer une titraille et une maquette, de choisir

2. Voir Lise Dumasy, *La querelle du roman feuilleton, littérature, presse et politique, un débat précurseur, 1836-1848,* EHug, 1999.

des illustrations, etc. En outre, elles adoptent une forme austère parce qu'elle répondent ainsi aux attentes d'un public qui se veut lui-même austère. La démarche de la mise en forme attirante ou séduisante est une démarche fort ancienne, que Ton trouve dans la presse dès le XVIIIe siècle. Le succès commercial du *Père Duchesne*, qui a assuré un temps sa pérennité, est autant dû à sa forme qu'à son contenu rédactionnel. Et quand Jean-René Hébert est guillotiné, son journal disparaît avec lui en dépit des tentatives faites pour réaliser une imitation ou un succédané.

Depuis plus de deux siècles, la question de l'information dans le monde moderne, notamment en Europe occidentale, se pose donc de la façon suivante : comment assurer le financement de la communauté journalistique afin qu'elle puisse faire son travail en toute quiétude et en dehors des pressions des pouvoirs politiques, financiers ou religieux ? Et, dans le même temps, comment assurer la nécessaire rémunération des capitaux qui sont immobilisés dans une entreprise de médias ?

L'équilibre entre ces deux exigences découle d'une condition première, la rentabilité des entreprises, qui permet seule de tenir le capital à l'écart des décisions rédactionnelles en lui assurant une rémunération comparable à celle qu'il pourrait trouver dans d'autres activités industrielles ou commerciales. Il serait en effet difficilement concevable qu'un investisseur perdît durablement de l'argent dans un journal, sauf à estimer qu'il puisse récupérer ses pertes dans la mise en œuvre d'une stratégie d'influence.

Toutefois, la rentabilité de l'entreprise suppose une adéquation entre le journal et son marché, entre la ligne éditoriale et les lecteurs. C'est pourquoi il m'apparaît nécessaire d'étudier conjointement l'entreprise et le contenu du média.

Nouveaux médias : internet, sources et critique des sources

Catherine Bertho-Lavenir, ***Université Biaise Pascal-Clermont-Ferrand II***

Après le cinéma, la radio, la télévision, Internet propose aujourd'hui aux historiens un ensemble de documents (textes, images, films mais aussi fichiers ou répertoires) qui, dans un nombre de cas encore limité mais destiné à augmenter, réorganise la question des sources. Il n'est pas inutile de faire le point sur l'intérêt et les limites, en matière de recherche historique, d'un réseau qui est aujourd'hui un média à part entière, largement adopté par les historiens, - du moins les plus jeunes - et habituellement fréquenté par les étudiants.

Internet cependant entraîne facilement ses observateurs dans des chemins sans issue. Précisons d'emblée ce dont nous ne parlerons pas. Nous ne célébrerons pas la grandeur du réseau. Tout nouveau média à ses débuts suscite un discours qui accompagne son développement et a pour fonction de favoriser la négociation qui s'engage pour introduire la technique dans les usages sociaux. Ce discours, tenu au cours des dernières années dans les journaux, revues, livres spécialisés, recense les possibilités qu'offre la technique nouvelle, imagine des applications susceptibles de rencontrer un consensus social et célèbre les progrès potentiellement liés à une communication mondiale, gratuite et illimitée. Les récents déboires boursiers de la *netéconomie* en ont atténué la portée convaincante mais il demeure un climat d'enthousiasme technologique diffus qui fait que chaque université se sent tenue de distribuer des adresses internet à ses étudiants, que les centres de recherche s'affichent sur le réseau et que les listes de diffusion, groupes de discussion et revues électroniques en tout genre se multiplient dans le domaine historique francophone. Ce n'est pas l'objet qui nous intéresse aujourd'hui - même s'il n'est pas sans intérêt - et nous nous abstiendrons donc de dire qu'Internet permet à tous de se mettre en relations avec tous ; que le réseau ouvre des sources potentiellement infinies d'information ; qu'il permet de rompre avec les hiérarchies du savoir ; que chacun peut devenir producteur de connaissance et diffuseur de programmes autant que consommateur. Nous ne célébrerons pas les possibilités nouvelles qu'Internet offre aux chercheurs (ah ! accéder au site de la BNF ou de la Library

of Congress en trois minutes ...) ni même, si décidément nous appartenons à une génération rétive ou mal équipée, les ressources que le réseau offre à nos étudiants plus actifs, plus malins et plus motivés. Ce discours n'est que très partiellement vrai et, de toutes façons, n'épuise pas le sujet

Nous éviterons aussi son envers, l'inquiétude technologique. Nous ne dirons donc pas que les données véhiculées par Internet ne sont qu'un vaste désordre où plus rien n'est hiérarchisé, organisé, validé, stable dans le temps. Nous ne nous inquiéterons pas de voir des sites néonazis ou pornographiques menacer à tout moment d'envahir nos écrans. C'est certes vrai - si vous tapez « archives » dans le moteur de recherche Copernic vous obtenez, dans la liste des réponses, « sex-pornoxo.Uk/sex.story.archives. instant.html » dont je ne suis pas totalement sûre que ce soit un travail à la Flandrin ...- mais cela n'épuise pas non plus la question. Nous nous garderons, aussi, d'aborder la question sous un angle familier aux professionnels des bibliothèques ou de la documentation et nous ne nous livrerons à aucun plaidoyer pour une politique française de la documentation. Depuis que l'informatique a pénétré le monde *des* bibliothèques, les pouvoirs publics français déplorent de façon récurrente le fait que les bases de données ou, aujourd'hui, les portails ou les grands moteurs de recherche, sont réalisés essentiellement dans le monde anglo-saxon et qu'ils donnent une vision et une pratique biaisées de la recherche et de l'état des connaissance. La conclusion est en générai qu'il faut que les pouvoirs publics favorisent d'urgence la réalisation de bases de données ou de bases documentaires numérisées d'origine française ou européennes. Ils ont raison. Dont acte.

Internet est tout ceci mais il est encore autre chose. C'est un gigantesque réservoir de documents en tous genre. Des documents d'archives ou de bibliothèques classiques ont été numérisés, offerts sur le réseau ; d'autres - dans le cinéma, la radio, la télévision, s'avèrent aujourd'hui consultables, téléchargeables, copiables, transférables. Que deviennent les sources de l'histoire des médias dans ces conditions ? Que se passe-t-il lorsque la matière première du travail historique acquiert une valeur marchande ? Que se passe-t-il, par ailleurs, lorsque les intermédiaires qui permettent à l'historien de consulter ses sources prennent des visages divers qui ne sont plus forcément celui, rassurant, de la bibliothèque ou du dépôt d'archives ? Quelle confiance accorder aux sources disponibles sur le réseau alors même que la désintermédiation fait disparaître les garanties traditionnelles ?

Archives et marchandise

Internet, aujourd'hui, confronte ses utilisateurs à un paradoxe apparent : plus il circule d'information sur le réseau, moins il est évident qu'elle soit

utilisable. Reprenons l'exemple de médias antérieurs. Jusqu'au début des années 1980, l'histoire du cinéma était handicapée par un accès difficile aux sources. Pour que se développe une histoire du film, il a fallu que se mettent en place des institutions et des techniques adaptées à la conservation et la communication. On a vu naître des cinémathèques capables de transférer des films sur des supports aisément manipulables et de gérer des catalogues et des salles de consultation. Tout, en ce domaine, ne s'est pas limité aux initiatives publiques. Les archives Pathé ou Gaumont sont, par exemple, liées aux firmes d'origine. Cependant la véritable révolution dans l'accès aux films anciens a été, d'une certaine manière, la conséquence de la multiplication des copies vidéo, qu'elles aient été commercialisées directement par des entreprises spécialisées ou par des institutions publiques ou encore copiées - en toute illégalité - lors d'une diffusion télévisée. Sans régler au fond le problème de la recherche - qui, dans son principe, travaille plutôt sur des sources entièrement nouvelles et donc avant leur entrée dans les circuits de diffusion - cette évolution technique - les bandes vidéo » et institutionnelle - la multiplication des chaînes télévisées susceptibles de diffuser des films en tout genre et la capacité de les recevoir en France - a complètement changé les conditions d'accès aux images.

II me semble qu'Internet offre une capacité d'évolution du même ordre : le réseau représente un changement technique capable de favoriser l'appropriation directe par les chercheurs - ou centres de recherche - de documents divers mais cette « mise en circulation » des sources nouvelles non seulement confronte l'historien à la question de la marchandise mais aussi met en évidence le fait que cette diffusion est médiatisée par des institutions qui sont *in fine* les garantes de la qualité ou de l'absence de fiabilité de ces sources.

Dans cette perspective, les qualités du réseau ne sont pas indifférentes. Internet est aujourd'hui un ensemble composite comprenant un réseau - ou réseau de réseaux - ainsi que des sites émetteurs d'information et des sites de consultation, chaque site de consultation pouvant devenir émetteur à son tour. Ses capacités techniques sont grandes, en perpétuelle évolution et inégales à un moment donnée entre les différentes composantes du réseau. En théorie Internet peut aujourd'hui véhiculer textes, sons et images animées (type vidéo, voire film). En pratique la situation est assez différenciée selon les utilisateurs. L'accès usuel à Internet pour un historien français se fait à partir d'un micro-ordinateur situé chez lui, dans son bureau à la fac, dans son centre de recherche, en bibliothèque, voire aux archives. Ces micro-ordinateurs sont, la plupart du temps, en ce qui concerne les utilisateurs privés, connectés au réseau par les « deux fils » du téléphone classique ; les plus gros consommateurs s'offrent

un accès à haut débit en s'abonnant auprès d'une société ad hoc (Noos par exemple). Ils ont alors des possibilités de traitement du texte et de l'image correctes ; il leur faut investir dans du matériel accessible mais d'usage un peu délicat pour bénéficier de possibilités de stockage et d'affichage de l'image animée dans de bonnes conditions (graveur de CD, de DVD...)

Ceci veut dire que sur le plan technique, Internet permet d'accéder réellement aujourd'hui à des bases textuelles, qui sont soit des catalogues, soit des textes originaux, à condition que Ton n'ait pas abusé du mode image (comme à la BNF) ; - à des bases d'image (tableaux, photographies, cartes postales ...) ; - à des bases de son (musique, discours ...). En revanche, la consultation en ligne et le téléchargement d'images animées demandent des investissement spécifiques : raccordement à un réseau câblé, micro « puissant » doté des logiciels ad hoc qui sont cependant à la portée d'un centre de recherche motivé. Ces conditions techniques se doublent de conditions économiques. Il faut distinguer à cet égard la consultation et le téléchargement. En matière de consultation, les catalogues, inventaires, etc. qu'utilisent les historiens posent en général peu de problèmes : ils sont constitués pour l'essentiel de texte, en général d'accès gratuit. Les bases de données juridiques et scientifiques en revanche sont traditionnellement payantes. Pour l'image fixe (gravures, photographies, cartes postales, reproductions d'affiches, de tableaux ...), les conditions sont très variables. *Si* l'on cherche, par exemple, des cartes postales représentant Nantes en 1900, on en trouve à la fois sur des sites publics qui ne permettent pas à l'internaute de télécharger les images, sur des sites privés qui autorisent le visiteur à la copier gratuitement, et sur des sites privés qui sont prêts à la vendre. Selon que l'on se trouve sur le site des Archives départementales, sur celui d'un collectionneur amoureux de Nantes ou sur celui d'un marchand de cartes postales, toutes les modulations sont possibles en matière de prix et de conditions d'exploitation des droits attachés à l'image.

On touche ici à un élément important. Depuis 1998 Internet s'est officiellement transformé en une place de marché (« marketplace »), où doivent se croiser des offres commerciales. Ces dernières coexistent, dans le plus grand désordre, avec des offres gratuites rescapées de « l'ancienne économie» d'Internet, - entendons celle qui prévalait au début des années 90, lorsque le réseau reliait essentiellement entre eux chercheurs et centres de recherche. Comme dans le même temps l'économie de l'image, et singulièrement de la photographie, s'est développée, un certain nombre de nos sources sont aujourd'hui des marchandises dotées d'un prix et d'une qualification juridique - droit d'auteur ou copyright. Dans le domaine du son, on constate la coexistence d'une offre publique - gratuite ou payante - et d'une offre privée,

gratuite ou commerciale. On évolue sans doute vers l'élargissement de la place occupée par l'offre commerciale. La destruction de Napsters - système de partage gratuit de musique sur le réseau - à l'initiative de grands éditeurs est un signal de la reprise en main de l'économie de la musique circulant sur le réseau. Que Napsters ait servi essentiellement à échanger des musiques qui, à l'heure actuelle, intéressent peu d'historiens importe peu : c'est de la transformation en marchandise de ce qui circule sur le réseau qu'il s'agit.

La même situation complexe, sinon confuse, existe pour l'image animée. Prenons le site italien de l'Istituto Luce qui dispose d'un site Internet facile à consulter. L'institut conserve à la fois les actualités cinématographiques italiennes d'avant guerre, un certain nombre de films « de propagande » (ou pas) tournés en Italie ou doublés en italien, et a fait réaliser des films ou des émissions télévisées pédagogiques sur l'histoire de l'Italie. Une partie des images est consultable par Internet ; à part de très brefs extraits se rapportant à la période mussolinienne - les films ne sont pas téléchargeable gratuitement ; en revanche, l'Institut vend la collection complète des actualités cinématographiques reportées sur bande vidéo (sans qu'il soit d'ailleurs facile de mesurer ce qui a été éventuellement écarté ou remonté), dans des conditions financières différentes si les bandes sont destinées à l'usage privé ou à l'enseignement...

- L'évolution technique prévisible à court terme va-t-elle transformer ces données ? Oui et non. Oui en termes de capacité technique des réseaux. Le goulet d'étranglement se situe aujourd'hui dans la partie terminale du réseau (entre le central le plus proche et la prise de téléphone). Plusieurs solutions techniques se dessinent. La première consiste à augmenter la capacité de cette « boucle locale » soit en posant des fibres optiques - coûteux pour l'investisseur
- soit en installant une boucle locale radio. La seconde consiste à conserver la même infrastructure - à peu de choses près - mais à augmenter ses capacités (techniques dites ADSL) ou encore à « compresser le signal » et diminuer en quantité de signal nécessaire pour acheminer des images animées, voire associer les deux techniques. Dans tous les cas des propositions commerciales devraient être disponibles en France avant un an et demi. C'est la raison pour laquelle TF1 vient de repousser son offre de TV numérique à la carte afin d'être en phase avec les capacités du réseau. Notons qu'il s'agit là de possibilités offertes au grand public, pertinentes pour notre propos puisque les investissements faits à l'université coïncident en général, dans l'ensemble, avec ce niveau de coût (nous utilisons encore le craie et le tableau ce qui est un support technique
- calculé hors salaire de l'enseignant - particulièrement bon marché). Autrement dit, il est plus que probable, hors de tout enthousiasme technologique, qu'il

sera possible à relativement court terme de faire circuler non seulement le texte, l'image fixe et le son mais aussi *Y* image animée, dans des conditions de coût cohérentes avec l'environnement de la recherche historique, ce qui ouvre *Y* accès aux ressources de l'histoire du cinéma et de la radio dans des dimensions entièrement nouvelles.

Cependant les historiens des techniques savent que l'offre technique ne suffit pas pour déclencher une pratique : il faut prendre en considération les conditions économiques et juridiques. Or ce qui bride aujourd'hui la circulation d'un certain type de sources c'est que ces dernières sont des marchandises régies par le droit d'auteur ou le copyright et intégrées dans une économie de l'image et du son en pleine mutation. Face à des réseaux aux capacités nouvelles, les sociétés intégrées verticalement qui les gèrent (Vivendi par exemple) ont tendance à considérer leur stock d'images anciennes comme des ressources économiques. On ressort les feuilletons anciens sous forme de bandes vidéo distribuées dans les grandes surfaces ; on trouve dans les boutiques d'aéroport américaines des CD consacrés aux feuilletons radio des années quarante. La technique, par ailleurs, bouscule la gestion de la ressource : alors que le répertoire ancien de films et feuilletons TV commençait à être largement diffusé en VHS, ce support commence à être abandonné au profit du DVD... Par ailleurs, la multiplication des chaînes thématiques donne aux grands groupes audiovisuels l'occasion de recycler leurs archives. L'effet sur l'histoire est double. D'une part, le phénomène tend à conserver dans le domaine marchand des images qui, sinon, seraient peut-être allées rejoindre les eaux plus paisibles de l'archivage à des fins scientifiques. En revanche il y a là un marché pour la recherche : Pour fabriquer une émission sur une chaîne historique, voire pour « rééditer » un feuilleton, il faut bien qu'en amont un historien ou un documentaliste ait inventorié, critiqué, exploité ces images. Les chaînes dédiées à l'histoire représentent un marché pour... les historiens. Cependant dans la mesure où les chaînes « histoire » utilisent largement les ressources anciennes des chaînes TV, publiques ou privées, françaises ou étrangères, le chercheur se trouve en permanence en situation de concurrence avec des usages rentables de « ses » images. Or les institutions publiques (l'Inathèque en France), destinées par définition à faciliter l'accès aux archives, ne contrôlent qu'une petite partie de la ressource et ne sont pas toujours à l'abri du désir de « valoriser » les fonds qu'elles gèrent.

La question de l’intermédiation

Si l'on s'intéresse, par ailleurs, non pas au nombre et à l'accessibilité des sources mais à leur critique, se pose la question de la désintermédiation. Phénomène général dans la société de l'information la désintermédiation vise

à automatiser des fonctions intermédiaires : c'est ce qui s'est passé lorsque les distributeurs automatiques ont remplacé le retrait d'argent auprès d'un guichetier. La désintermédiation fait de F utilisateur final l'opérateur direct d'un système. C'est ce qui se passe lorsque nous sommes invités à réserver directement via le minitel nos places et cartons aux archives nationales ou lorsque nous nous baladons sur le réseau pour repérer des fonds d'archives « numérisés ».

Cette désintermédiation soulève des questions à la fois anciennes et nouvelles. Anciennes parce qu'elles relèvent de la critique des sources la plus traditionnelle. Nouvelles parce qu'on s'intéresse à un domaine techniquement neuf. La première question est celle des institutions. Lorsque nous nous travaillons sur Internet quelles institutions avons nous devant nous et jusqu'à quel point peut-on leur faire confiance ? Nos sources traditionnelles - archives, livres anciens conservés en bibliothèque, photographies, films de cinémathèques, émissions de télévision - sont conservées par des institutions publiques : ce sont, en France, les Archives Nationales, Bibliothèques, Musées de la photographie, Cinémathèques diverses, INA ... auxquels s'ajoutent des institutions « privées » ou semi publiques : archives Pathé, archives Gaumont, fondations... Ces institutions ont plusieurs fonctions. D'une part elles garantissent l'accès « technique » aux sources, ce qui est de plus en plus important au fur et à mesure que l'on passe du papier à la vidéo, voire aux archives numériques Transcodage et gestion des appareils de lecture coûtent cher et demandent des savoir-faire rares. (Notons que cette médiation technique touche aujourd'hui les documents anciens qu'on ne vous confie plus que sous forme de microfilm ou de copie numérisée). D'autre part les institutions traditionnelles jouent un rôle d'intermédiation en garantissant la « qualité » de la source. Prenons un exemple : la consultation, aux Archives Nationales, des dossiers de la Sûreté Générale concernant Jean Jaurès et plus précisément les meetings qu'il a tenu à Nantes autour de 1900, est entourée de diverses cérémonies : recherche de la cote, attribution d'une place, obtention du carton... Ces dernières ne représentent pas seulement l'apparat du pouvoir des conservateurs mais sont aussi la garantie de la « traçabilité » du document. L'historien fera ici la critique interne et externe du document : mon commissaire de police écrit-il la vérité lorsqu'il dit que la fanfare socialiste de Nantes a répété cinq fois l'Internationale avant d'aller accueillir Jaurès à la gare ou raconte-t-il cela uniquement pour faire valoir la qualité de son travail de surveillance auprès de ses supérieurs ? Le déterminer constitue une part du travail de l'historien. En revanche l'institution « garantit », à travers, en général, l'introduction au catalogue rédigée par un conservateur qui doit retracer les

conditions d'élaboration et de collecte des documents, que le dossier est bien celui qui a été rassemblé dans les locaux de la Sûreté Générale, qu'aucun document n'a été soustrait ou ajouté -je peux donc réfléchir sur les lacunes -, qu'ils n'ont pas été altérés ou modifiés depuis leur entrée dans les collections, etc.

Qu'en est-il pour des documents « trouvés sur le réseau » ? Plusieurs cas de figure se présentent. Si je les ai « trouvés » par l'intermédiaire d'une institution, cette dernière me garantit la qualité de ma source. Les documents proposés, par exemple, par les Archives départementales sur Internet bénéficient a priori de la même validation que les archives originales, avec, cependant une réserve de taille : dans la pratique, les « archives » en ligne proposées par les institutions sont en général les plus belles, les plus spectaculaires, les plus anciennes, choisies et triées en fonction de ce type de critère. On a alors affaire à des collections et non pas à des séries, qui relèvent d'opérations critiques toutes différentes. Beaucoup de documents accessibles sur le réseau bénéficient en revanche d'une validation difficile à évaluer. Prenons deux exemples. Le premier est le site « Marx/Engels Internet Archive » : le texte de présentation nous indique qu'il est « continually expanding as one work after another is brought online ». Il s'agit donc de livres... Pourquoi pas si l'on y trouve des éditions anciennes. Mais l'on apprend aussi que des photos « ornent » le site, sans référence ni date la plupart du temps ; en revanche, l'accès aux documents est libre puisque « il n'y a aucun intérêt financier derrière ce site ». Ce dernier est « *a labor of love undertaken in the purest communitarian sense. The real « profit » will hopefully manifest in the form of individual enlightment..".* Affirmation qui nous renseigne sur la bonne volonté des membres d'un réseau collectif et insaisissable mais nullement sur leur objectivité dans la façon de collecter et traiter les documents... Autre ensemble « d'archives » - notons que le terme est utilisé sur le réseau dans son acception anglo-saxonne et qu'il désigne la plupart du temps des documents que nous rangerions dans des bibliothèques..,- les discours prononcés par Goebbeis. Les originaux ont été plus ou moins dispersés ; certains sont dans les archives ou des bibliothèques allemandes, d'autres ont fait partie des fonds emportés aux États-Unis après la guerre, puis rendus aux Allemands après copie. La plupart ont été édités sous des formes diverses et en diverses langues dans des éditions aujourd'hui anciennes. On en trouve aujourd'hui une collection assez complète sur le site d'une université nord-américaine, Calvin Collège. Ils sont traduits en anglais. S'y référer est tentant : je lis plus vite l'anglais que l'allemand, mes étudiants aussi . Mais comment les critiquer ? Que sais-je du traducteur ? Comment ont-ils été choisis ? Par ailleurs, l'environnement de la collection est pour le moins

singulier : c'est un site dédié à l'étude des « totalitarismes » qui associe, sans états d'âme, l'Allemagne nazie et la DDR. Il est cependant animé par un universitaire parfaitement respectable et respecté auquel on peut s'adresser directement par email pour lui poser les questions ci-dessus. Tout ceci permet de procéder, d'une certaine façon, à un exercice de validation et de critique de sources. L'exercice paraît délicat, voire dangereux, mais faut-il pour autant récuser totalement ces sources, indirectes mais existantes, accessibles, et même
- pour des étudiants - séduisantes ?
Dernier exemple. Si l'on cherche des cartes postales pour étudier- toujours
- le voyage de Jaurès en Bretagne en 1900 on trouve sur Internet, - après avoir consulté les archives, la bibliothèque... - un site consacré à ce qu'était la ville de Brest avant les destructions de 1944. Le site, animé par « quatre Bretons d'Arras » propose un plan de la ville et, pour chaque quartier, la reproduction - téléchargeable gratuitement - d'une carte postale d'époque, dont un exemplaire qu'on ne trouve pas dans les collections publiques. Mais qui garantit l'authenticité de ces cartes postales ? Comment ont elles été choisies, organisées dans le site, ont-elles été modifiées, intentionnellement ou non, lors de la mise sur le réseau (recadrage, suppression de certaines mentions...) ? Il faudrait le vérifier avant de les utiliser...

Rien de tout cela n'est infaisable ni même neuf. L'accès aux sources via le réseau implique simplement une transposition des méthodes classiques de critique et peut-être une vigilance accrue. Cette dernière doit porter sur au moins trois domaines. D'une part l'authenticité des documents proposés ; d'autre part, le mode de constitution du corpus ; enfin la pérennité du site. Quelle est, en effet, la pérennité de ces sources ? L'histoire appartient au domaine des sciences humaines non pas parce qu'elle applique les méthodes des sciences dures, mais parce qu'elle partage avec les sciences instituées un certain nombre de caractéristiques dont celle-ci : le savoir est cumulable parce que les membres de la communauté scientifique le produisent selon des règles établies et partagées par chacun d'entre eux. C'est même l'application de ces règles de méthode qui signe l'entrée de chacun de ses membres dans la communauté scientifique et qui authentifie la validité du savoir produit. L'une de ses marques tangible est l'appel de note qui offre au lecteur une possibilité de vérification. Qu'en est-il dans le cas des sites Internet ? Peut-on les mentionner en référence en bas de page ? Sans difficulté mais ne risquent-ils pas d'avoir disparu le jour où le lecteur savant s'avisera de vérifier la référence ? Le site Internet est fragile. Certains sont mortels, parce qu'ils dépendent de l'initiative d'individus ou qu'ils sont liés à des institutions éphémères. D'autres évoluent rapidement. Cette fragilité est propre à tous les domaines où s'est

introduit l'informatique. Si personne n'assure la cohérence entre les systèmes d'indexation successifs, des systèmes de référence entiers deviennent obsolètes ou inutilisables. Dans beaucoup de bibliothèques, il faut, pour les fonds les plus anciens, naviguer entre les fichiers « papier » et des répertoires informatisés, bien heureux lorsqu'ils sont cohérents pour un corpus entier et une période complète. Qui ne connaît le cas de catalogues « repris en informatique depuis 1944 jusqu'à la lettre M » comme l'indique en général une pancarte en carton fatiguée posée sur un meuble de bois imposant où dorment des fiches rédigées à l'encre violette... Dans le cas d'Internet, l'obsolescence est encore plus rapide que dans les vénérables bibliothèques où le manque de moyens garantit au moins la permanence des fichiers. Le désordre et la richesse du réseau se traduisent rapidement par un désordre irrémédiable dans les systèmes de référence, piliers de nos publications savantes.

Les sites comme source primaire

Il est tentant de conclure sur un constat de prudence : il ne serait de vraie bonne archive que celle qui serait conservée au fond des cartons des grandes institutions, de référence utilisable qu'indexée sur une cote de la BNF ... Tout le reste serait miroir aux alouettes, séduction fallacieuse de sources incontrôlables, recherchées sur le réseau par des historien(nes) peu sérieux(ses), soucieux(ses) seulement d'afficher leur capacité à naviguer avec brio. On pourrait donc en faire l'économie. Cela paraît, en fait, impossible. Ces sources sont, en effet, d'un secours précieux pour donner à la recherche historique une dimension internationale. Elles vont même être rapidement les seules disponibles pour étudier un certain nombre de phénomènes. Considérons, par exemple, les grèves de lycéens des années 1990, ou la mobilisation des associations anti-mondialisation lors des réunions du Seattle ou de Davos. C'est dans les forums et les échanges de courrier électronique que se sont structurées, pour les mouvement lycéens, les relations entre mouvement provincial et mouvement national ; c'est sur les sites Internet des associations protestataires que s'est négociée et affichée la politique des groupes antimondialisation. Si l'on s'intéresse à l'émergence du personnage public de José Bové, il est intéressant de consulter le site Internet de la Confédération paysanne ; on voit clairement comment cette dernière se pose, dans la partie historique et rétrospective du site, en héritière légitime du mouvement syndical paysan ; on repère la façon dont est gérée l'image publique qu'elle souhaite imposer dans les médias ; on peut analyser, en étudiant les liens vers d'autres sites, la structure du réseau de relations, de soutiens et de connivences, qui

font la force d'un mouvement aujourd'hui. Se pose alors la question de la conservation. Comment ont été conservés les textes qui ont transité sur ces sites ? Le courrier électronique reçu ? Quelle institution s'en occupe ? Pour l'instant, les chercheurs qui s'y sont frottés - la même question s'est posée pour ceux qui étudient ce qu'était l'opinion au moment de la guerre du Kosovo - n'ont guère eu d'autre solution que d'enregistrer sur leur propre disque dur l'état du site à intervalles réguliers. C'est encombrant, techniquement difficile et repose la question de F intermédiation : que représente une « archive » créée par son utilisateur ?

Les « nouveaux médias » et singulièrement Internet ramènent en fait aujourd'hui leurs utilisateurs à un stade où en étaient les historiens de la télévision y a une ou deux décennies. Il va falloir, pour conserver les documents d'un genre nouveau, les communiquer et les valider, mobiliser les institutions existantes ou en créer de nouvelles ; il va falloir élaborer des règles de conservation ; faire des choix techniques ; inventer des formes de catalogues, former des utilisateurs critiques. Bref « fabriquer » pour le média le plus nouveau, de l'archive selon les règles les plus anciennement éprouvées. Réintroduire des médiateurs patentés dans une économie des documents désorganisée par la désintermédiation dans un contexte qui n'est pas celui du droit mais de la pratique. Cela, il

est probable que nous saurons le faire. En revanche, la transformation des films, émissions de télévision et images en tout genre, en matière première dotée d'une valeur commerciale précieuse pour des réseaux affamés d'image, risque de mettre l'historien en position de perdre l'accès même à ses sources.

Assemblée générale
du 18 novembre 2000

Sylvie APRILE
Juliette AUBRUN
Isabelle BACKOUCHE
Jean-Paul BARRIERE
Catherine BERTHO-LAVENIR
Marie-Claude BLANC-CHALEARD
Jean Paul BRUNET
Philippe BUTON
Nathalie CARRE de MALBERG
Jean-Claude CARON
Agnès CHAUVEAU
Diana COOPER-RICHET
Noëlle DAUPHIN
Jean-Marc DELAUNAY
Bruno DELMAS
Christian DELPORTE
Yves DENECHERE
Elisabeth du REAU
Hélène ECK
Jean EL GAMMAL
André ENCREVE
Patrick EVENO
Olivier FORCADE
Pierre FOUCAULT
Annick FOUCRIER
François-Xavier GUERRA
Albert KECHICHIAN
Dzovinar KEVONIAN
Bernard LACHAISE
Hossein LATIF
Sébastien LAURENT
Annick LEMPERIERE
Jean-Claude LESCURE
Michel LEYMARIE
Christine MANIGAND
Frédéric MONIER
Svetla MOUSSAKOVA
Catherine OMNES
Rerni PAINEAU
Elisabeth PARINET
Jean PIEL
Nicole PIETRI
Catherine POMEYROLS
Michel RAPOPORT
Marie-Pierre REY
Danièle ROUSSELIER-FRABOULET
François ROTH
Jacqueline SAINCLIVIER
Pierre SALY
Jean-François SIRINELLI
Karine TAVEAUX-GRANDPIERRE
Stéphane TISON
Brigitte WACHE
Jean-Pierre WILLIOT
Jean Marie WISCART
Jean Claude YON

TABLE DES MATIÈRES

• Composition du bureau
• Le mot de la présidente

• Compte rendu de l'Assemblée générale du 18 novembre 2000 :
- Rapport moral 2000
- Rapport financier pour l'exercice 1999-2000

• Compte rendu de l'après-midi scientifique du 18 novembre 2000 :
- Jean-Noël Jeanneney : Médias et Histoire : Présentation générale
- Christian Delporte : De l'histoire de la Presse à l'histoire des médias -Agnès Chauveau, Hélène Eck : La place des médias dans l'histoire politique, sociale et culturelle de la France contemporaine
- Patrick Eveno : Plaidoyer pour une histoire des médias qui prenne en compte l'histoire des entreprises de médias
- Catherine Bertho-Lavenir : Nouveaux médias : sources et critique des sources.

• Présents à l'Assemblée générale du 18 novembre 2000

Elisabeth du Réau, Présidente
32, rue La Fontaine, 75016
Paris

Jean El Gammal, Secrétaire
général
95, bd Beaumarchais, 75003
Paris

Manigand Christine, Trésorière
6, avenue de Lowendal, 75007 Paris

Pierre Saly, Responsable de l'annuaire
20, bd Saint-Germain, 75005 Paris

Noëlle Dauphin, Responsable du *Bulletin*
6, place Royale, 78000 Versailles