

VIDEO EST-OUEST AVANT 1989
divertissement sans frontières

Tristan MATTELART

Selon la plupart des « dissidents » d'Europe centrale et orientale, « le primat de l'idéologie comme *mensonge institutionnalisé* » a constitué, jusqu'à leur effondrement en 1989, l'« essence » des différents régimes dits de l'Est (1) L'idéologie est en effet progressivement devenue un rite censé crédibiliser ce monde d'apparences présenté comme la réalité, forçant l'individu, sous peine d'être rejeté par le système, à « vivre dans le mensonge » (2) Conformément aux attributions du ministère de la Vérité de Big Brother, la fonction des médias est-européens, courroies de transmission du parti, a pendant longtemps été de substituer la vérité par de faux-semblants en accord avec les lignes directrices de l'action de l'Etat-parti

Dans cet univers clos, aujourd'hui révolu sous la pression de la démocratisation et de l'introduction de l'économie de marché, il était impératif de maintenir un haut degré d'imperméabilité idéologique et territoriale contre tout message – provenant soit de l'intérieur, soit de l'extérieur du système – non contrôlé par l'Etat-parti

Modèle « idéal » qui, tant qu'il est en vi-

gueur, souffre certaines imperfections Selon le dissident tchèque Milan Šimečka, le mensonge et le secret d'Etat sont, par exemple, « des choses qui importent peu aux gens, parce qu'elles n'atteignent pas la sphère intérieure de la vie privée () A côté du système officiel d'information co-existe un vaste réseau de renseignements populaires, à partir duquel on peut reconstituer une image de la réalité tout à fait proche de la vérité, après avoir opéré un tri raisonnable » (3) Optimisme peut-être extrême qui n'enlève cependant rien au mensonge institutionnalisé comme attribut du pouvoir

Les défis de la communication occidentale en temps de guerre froide

Dans un contexte de guerre froide, les différents supports de la communication occidentale créent une rupture dans cet « espace vital » et confrontent le public à d'autres formes de vérité ou de mensonge Alors que les pays de l'Est, contre les tenants occidentaux de la libre circulation de l'information, insistent pour contrôler les flux de communication Ouest/Est sur une base interétatique, les médias occidentaux arrivent par une voie transnationale, hors censure de l'Etat L'argumentation soviétique sur la communication occidentale met l'accent sur la nécessaire protection du citoyen est-européen, futur « homme nouveau », de l'influence néfaste des médias de l'Ouest qui nuisent aux missions à la fois propagandistes, idéologiques, éducatives et culturelles dévolues aux médias nationaux Le sujet est absent de cette argumentation L'Etat-parti décide pour lui de ce à quoi il peut avoir accès Le contrôle des flux d'information, la maîtrise du mensonge d'Etat, sont censés assurer la viabilité de ces régimes

La possibilité d'accès à d'autres sources

(1) RUPNIK, 1990, p 287, souligné par l'auteur

(2) Voir le texte de HAVEL, Le Pouvoir des sans-pouvoir, in *Essais politiques*, 1990

(3) ŠIMEČKA, 1979, p 147

d'information rend plus difficile l'exercice de ce que Raymond Aron appelle le « monopole de la parole légitime » Cet auteur peut ainsi, dans le contexte historique particulier de 1962, décrire le rôle des radios sur ondes courtes occidentales « L'information est une arme, veut être une arme, dès lors qu'elle s'adresse aux gouvernés par-dessus la tête des gouvernants et qu'elle rompt le monopole que l'Etat prétend exercer Le résultat minimum que l'arme psychologique vise en temps de guerre froide est d'interdire aux régimes totalitaires le tête-à-tête avec leur peuple — toujours le troisième homme — l'étranger, l'ennemi, les démocraties, l'opinion mondiale — est présent Il ne supprime pas mais il limite la forme moderne de droit régalien, le droit au mensonge officiel, à l'exclusivité de la parole ou de l'interprétation » (4)

L'émergence, à partir des années 70, de technologies de la communication qui peuvent, potentiellement, déjouer le monopole de l'Etat précise la menace qui pèse sur ces régimes Laissons à l'Allemand de l'Est Robert Weimann le soin de nous présenter ce défi « Qu'arrivera-t-il quand le progrès technologique conduira l'Occident à posséder un avantage toujours renouvelé dans l'industrie de la communication ? Quand, via le satellite, avec l'aide de la technologie digitale et des vidéocassettes, le consommateur moyen sera à la merci d'une offre impérialiste des médias, à tel point que même le dernier vestige du réalisme sera remplacé par sa contrepartie sensationnaliste ? Une offre qui, en tant que résultat des nouvelles technologies, crée une immaturité mentale plutôt qu'une vision réaliste du monde » (5)

La communication occidentale vers l'Est avant 1989 ne joue pas seulement sur le registre de l'information Elle arrive aussi via la séduction qu'exerce un autre

mode de vie Cette deuxième voie de la communication occidentale est peut-être plus dangereuse pour les régimes de l'Est Elle ne se fonde pas sur la rationalité des faits mais fonctionne au plaisir, à l'aspiration d'un meilleur quotidien, elle travaille donc au plus près des préoccupations de tous les jours Images qui se passent de commentaires, elles projettent l'auditeur-téléspectateur de l'Est dans un univers internationalisé alors que les réalités économiques et culturelles de ces pays « fermés » ne le sont pas Décalage de lieux que les autorités ont du mal à maîtriser On comprend alors que la télévision par satellite soit vue par un journal tchécoslovaque comme « un cheval de Troie de l'air » contre lequel il faille instaurer des mesures afin de « stimuler la résolution idéologique de nos citoyens » (6)

Le divertissement est un des vecteurs privilégiés de ce mode de vie La présence des sons et des images occidentales est d'autant plus redoutée par les différents pays de l'Est qu'elle arrive au cœur des fonctions contradictoires que se voit attribuer la culture de masse Elle doit en effet à la fois répondre aux besoins en divertissement de la population et à la mission propagandiste que lui assigne le pouvoir La culture de masse dans les pays de l'Est peut être considérée comme étant écartelée entre récepteur et émetteur C'est ce qu'explique joliment l'auteur polonais Stanislaw Baranczak « On est confrontés à trois réalités, comme les trois côtés d'un triangle La société a besoin de la culture de masse La culture de masse est sous le contrôle des autorités communistes Les autorités communistes ne bénéficient pas de la confiance de la société () Ce triangle est à l'origine du paradoxe fondamental (auquel est confrontée la) culture de masse dans un Etat comme la République populaire de Pologne, contradic-

(4) ARON, 1984, pp 171-172, souligné par l'auteur

(5) Cité in BISKI, 1989, p 39

(6) *Jihoceska Pravda*, 3 mars 1988, cité par KUSIN, 1988, p 2

tions fondamentales entre les fonctions qu'elle remplit. La culture de masse est comme un cheval qui essaie de tirer deux charrettes () les demandes sociales (et) () les demandes de l'autorité () Le problème est que les charrettes sont disposées pour aller dans des directions opposées, et qu'un cheval ne peut les tirer ensemble simultanément » (7)

Dans un contexte d'imperméabilité territoriale « imparfaite », la culture de masse occidentale viendra combler un vide créé par les fonctions propagandistes attribuées aux médias et répondra aux attentes en divertissement de la population. Le divertissement occidental, bénéficiant du paradoxe attaché au rôle des médias dans les pays de l'Est, rompt, pour paraphraser Raymond Aron, le « monopole du plaisir légitime ». Le magnétoscope offre au public un outil idéal pour résoudre lui-même ces contradictions.

La vidéo est un des médiums permettant à la société civile d'affirmer son existence contre les pratiques d'encadrement et de contrôle idéologique de l'Etat-parti. Société civile qui, par sa résistance à l'imposition de la « vie dans le mensonge », serait, selon le politologue hongrois Miklos Molnar, le principal artisan de la désagrégation de ces régimes (8). Dans quelle mesure la vidéo a-t-elle pu participer à cette décomposition ?

Economie de l'ombre et diffusion de la vidéo

Négligés par la conception soviétique orthodoxe de la communication, le sujet et ses attentes révéleront leur existence au travers du développement de la vidéo. Apparu dans certains des pays de l'Est dès la fin des années 70, le magnétoscope se diffusera surtout à partir de la deuxième moitié des années 80. Tant le matériel que les

contenus vidéo arrivent par la base, par « en bas », par les initiatives de la société civile, via les canaux de l'économie souterraine.

La vidéo dans ces pays se répand au travers des réseaux informels de la « seconde économie », économie extérieure au secteur étatisé régie par les mécanismes de l'offre et de la demande. Cette économie relativement « invisible » et plutôt « illégitime » est en effet un marché avant la lettre et peut être définie comme une « économie de l'ombre », dans le sens où elle « colle » à l'économie officielle « comme son ombre » (9) et qu'elle répond aux carences de l'économie d'Etat.

La diffusion des magnétoscopes incarne alors « l'opposition entre, d'un côté, l'Etat, fort, bureaucratique mais incompetent et, de l'autre, l'entreprise privée, pleine d'énergie, vouée à une semi-clandestinité, voire à l'illégalité, à l'heure où elle est en train de se bâtir un marché » (10).

Les vidéophiles peuvent acheter les magnétoscopes dans des magasins d'Etat spéciaux en devises, mais ils préféreront sans doute s'approvisionner auprès des réseaux de l'économie de l'ombre, où les prix sont en général plus bas que l'offre officielle.

Les magnétoscopes sont le plus généralement importés dans les différents pays de l'Est par des nationaux voyageant à l'Ouest, par des étudiants qui y font leurs études ou encore par des parents qui vivent à l'étranger. A partir de ces importations, dans un contexte de pénurie de matériels, se crée un marché noir, illégal, d'appareils neufs et d'appareils d'occasion, tous standards confondus. Ce marché noir peut être alimenté par des initiatives individuelles non organisées mais peut aussi posséder de réels réseaux d'approvisionnement. Un des principaux canaux de ravitaillement en magnétoscopes pour la

(7) Cité in WHITE, 1990, p. 45

(8) Voir MOLNAR, 1990

(9) DRACH, 1989, p. 111

(10) MROZOWSKI, 1990, pp. 416-417

Pologne sera l'axe Varsovie-Berlin Ouest où le voyageur peut acheter son matériel et les cassettes vidéo

Economie officielle ou économie de l'ombre, le prix des magnétoscopes se calcule le plus souvent en devises et il est relativement dissuasif, ce qui n'empêchera pas de voir le parc des magnétoscopes croître régulièrement et ce, malgré la crise économique. Expression de l'importance que revêt la vidéo dans ces pays. En 1987, le prix d'un magnéscope représentait par exemple 20 mois du salaire moyen en Bulgarie, entre 5 et 13 mois en Tchécoslovaquie et 9 mois en Hongrie (11). En 1989, la Pologne est, avec la Hongrie, le pays de l'Est où le phénomène de la vidéo est le plus répandu. Son taux de pénétration a été estimé à 11,4 % en 1989 contre 8,9 % pour la Hongrie. Cette particularité de la géographie de la vidéo en Europe de l'Est — hors Yougoslavie — s'explique dans ces deux pays par l'existence d'une culture indépendante vigoureuse et par une tolérance croissante des autorités à l'égard des représentations du monde alternatives. Les taux de pénétration du magnéscope en Hongrie et en Pologne, nettement plus élevés que dans les autres pays, restent cependant de quatre à cinq fois inférieurs à ce qu'ils sont en Europe occidentale.

Tableau 1 Parc de magnétoscopes

	1988	1989
Tot Eur Est	2 964 000	3 633 000
Bulgarie	85 000	110 000
Hongrie	254 000	348 000
Pologne	945 000	1 133 000
Tchécoslovaquie	82 000	112 000
URSS	735 000	975 000
Yougoslavie	185 000	305 000

(11) Chiffres calculés à partir de *Radio Free Europe Research*, 1987, pp 3-32

(12) SHANOR, 1985, cité par GANLEY, 1987, p 53

Tableau 2 Taux de pénétration

	1988	1989
Moy Eur Est	2,60 %	3,10 %
Moy Eur Occ	39,1 %	44,8 %
Bulgarie	4,00 %	4,90 %
Hongrie	7,30 %	8,90 %
Pologne	9,80 %	11,4 %
Tchécoslovaquie	1,90 %	2,50 %
URSS	0,80 %	1,00 %
Yougoslavie	4,50 %	7,10 %

Source : *Screen Digest*/Traitement IDATE

L'approvisionnement en *soft* se réalise lui aussi majoritairement au travers des initiatives individuelles ou des réseaux privés par l'importation à l'occasion de voyages de cassettes de programmes pré-enregistrés ou copiés sur les télévisions occidentales. Les cassettes sont ensuite reproduites, voire sous-titrées ou doublées en voix *off*, et prêtes pour une consommation à grande échelle. Dans les pays qui profitent des débordements hertziens des télévisions occidentales, la fourniture des programmes est plus aisée. L'Estonie est par exemple la première étape d'un trafic de cassettes vidéo qui s'étend, via Moscou et Leningrad, sur l'ensemble de ce qui était alors le territoire soviétique. Située de l'autre côté du golfe de Finlande, l'Estonie reçoit les images occidentales « Le meilleur de la télévision finnoise (qui peut aussi être le meilleur de la télévision américaine, britannique, italienne, allemande ou brésilienne) est enregistré dans des appartements où la réception est la plus favorable. Parfois des voix *off* en russe sont ajoutées. Les cassettes sont diffusées sur Moscou, Leningrad et d'autres villes sans peur des contrôles aux frontières pour ceux qui les transportent sur les avions de l'Aéroflot » (12).

L'économie de l'ombre des biens culturels a ses lieux, endroits où s'appliquent

les règles du marché hors des repères de l'économie centralisée. Ces lieux du marché, qui concernent les livres, les journaux, les disques, les vidéocassettes interdits ou introuvables, sont caractérisés par l'appellation significative de « bursas » et sont associés à l'idée même de liberté d'expression.

L'industrie clandestine du *hard* et du *soft* peut relever de l'amateurisme mais peut aussi être bien organisée, un entrepreneur privé pouvant posséder jusqu'à 500 titres. A Moscou, un « trafiquant » peut faire de la publicité, distribuer et vendre un grand nombre de cassettes et d'équipement vidéo en ayant à sa disposition traducteurs et voitures de livraison (13).

Le marché noir des cassettes et des magnétoscopes représente la grande majorité des flux vidéo dans les différents pays de l'Est. Un auteur polonais peut remarquer : « Les marchés privés gris et noir sont la principale source d'achat de magnétoscopes. De temps en temps, quand les boutiques d'Etat sont en mesure de fournir des importations bon marché, les distributeurs privés de matériel abandonnent mais ils restent la meilleure source de cassettes préenregistrées » (14). En Hongrie, l'économie de l'ombre représentait 80 % du marché du *soft* en 1987 (15).

Ces réseaux privés vont investir les lieux où émergent les mécanismes de marché. Ils se répandent en effet particulièrement bien dans les nouveaux restaurants, bars et discothèques coopératifs, contribuant à un décor occidental dans ces avant-postes urbains du capitalisme.

La vidéo pirate est elle-même une activité « capitaliste » qui peut se révéler fort lucrative. Profits qui contribuent à expliquer son expansion. En Hongrie, les « entrepreneurs-vidéo » peuvent, en 1985, ga-

gner jusqu'à 1200 \$ par mois, soit plus de dix fois le salaire mensuel moyen (16).

Le magnétoscope devient d'ailleurs dans ces pays un signe extérieur de richesse, d'affirmation sociale. Objets et accessoires qui trônent, toutes marques occidentales en évidence, dans l'intérieur des foyers.

Les vecteurs de la vidéo ne sont pas étrangers à la composition sociale de son public. La sociologie du vidéo-spectateur — pour autant que les rares enquêtes nous permettent de la cerner — montre que celui-ci est surtout un travailleur du « secteur privé » naissant. Le portrait-robot du vidéophile polonais est celui d'un jeune homme urbain ayant fait des études universitaires et ayant des revenus issus du privé. Le consommateur-type de vidéo hongrois a des traits similaires : il est jeune, célibataire, il dispose de revenus élevés, d'une télévision couleur, du téléphone, il n'est pas affilié à un parti politique et fait des heures supplémentaires en dehors de son travail régulier (17).

Le libre accès aux programmes occidentaux n'est pas le seul souci des autorités. Le milieu ambiant « capitaliste » attaché à la diffusion de la vidéo est un objet d'inquiétude supplémentaire pour le censeur. Fréquemment sont conspués les comportements « capitalistes » des « trafiquants ». Homologie entre le contenu et son mode d'acquisition ? Georgi Djagarov, alors vice-président du Conseil d'Etat bulgare, peut déclarer : « Oui, ce pays est infesté par les groupes du marché noir qui ont des machines vidéo et qui font de bonnes affaires, des centaines d'entre eux forment un réseau couvrant l'ensemble du pays, vendant et achetant des cassettes vidéo, ils entretiennent des ateliers pour l'enregistrement de films interdits, offrant leurs services à (différents) clubs et disco-

(13) MICKIEWICZ, 1988, pp 12-13

(14) POMORSKI, 1989, p 172

(15) *Radio Free Europe Research*, 1987, p 16

(16) in KOPPANY, 1985, p 18

(17) Etudes citées par POMORSKI, op cit, pp 169-170

thèques, et grâce à leurs activités criminelles ils ont amassé d'énormes sommes d'argent » (18) Ces « entrepreneurs » sont vus par une enquête de l'Etat bulgare sur la vidéo comme des « commerçants sans scrupules au service du Veau d'or » qui font passer les intérêts financiers avant les préoccupations idéologiques (19) Pour punir ce crime capitaliste en URSS, un ordre d'accusation spécial a été introduit la « vidéo-spéculation »

La vidéo : vecteur d'opposition ambigu

La vidéo épouse l'aspiration de la société à s'opposer aux tendances hégémoniques de l'Etat Elle permet, pour reprendre une expression de Miklós Molnár, un « élargissement des "espaces" de la société civile » Un responsable de Video NOWa, une maison d'édition vidéo de la dissidence polonaise, décrit dans un *samizdat* le rôle que joue la vidéo face au contrôle des médias par les autorités « Je crois qu'un jour les magnétoscopes seront compétitifs vis-à-vis de la télévision en même temps qu'ils constitueront une alternative au cinéma, (tous deux) complètement sous le contrôle des rouges Ils sont, en fait, notre arme dans la bataille pour une culture indépendante » (20) A tel point qu'on a pu parler de *magnitizdat* en référence à la presse clandestine

La vidéo pourrait ainsi être un des modes d'expression de ce que le sociologue hongrois Elemér Hankiss, aujourd'hui président de la télévision publique hongroise, appelle la « seconde société », sphère informelle qui se développe à l'ombre de la « première société », officielle Selon Hankiss, l'apparition de cette « seconde société » traduirait, en Hongrie,

la présence de visions du monde alternatives, à côté de la vision du monde dominante imprimée par l'Etat-parti, restant confinées dans un « champ de semi-légalité et de semi-légitimité », sans pouvoir constituer à proprement parler de sphère publique en tant que telle (21)

Les fonctions politiques attachées au magnétoscope sont relativement ambiguës parce que conditionnées par ses caractéristiques divertissantes Il sert en effet surtout à voir les fruits défendus du divertissement occidental La vidéo est un des liens — hors contrôle de l'Etat-parti — avec la culture de masse occidentale Elle épouse ainsi les demandes en matière de programmes de la population, demandes qui, on l'a vu, sont difficiles à combler par les médias officiels pour des raisons idéologiques Si la vidéo permet une mise en relation transnationale Est-Ouest, celle-ci se réalise principalement au travers du prisme de l'*entertainment* Les cinq films les plus souvent regardés sur les magnétoscopes polonais en 1984 sont *Emmanuelle 1*, *Caligula*, *Le Retour du Jedi*, *ET* et *Rambo* (22) L'hebdomadaire polonais *Ekran* publie le hit-parade des vidéos et de leurs vedettes Dans l'ordre pour avril-mai 1988 *Platoon*, *Commando*, *Cobra*, *Top Gun* et autres *Police Academy*, *Rambo*, *Rocky 3* avec, comme vedettes préférées, Swarzenegger, Guttenberg et Stallone (23) Exit les productions polonaises

La vidéo permet d'accéder à l'évasion, à l'exotisme du mode de vie occidental, le palmarès des *blockbusters* ressemblant à une apologie de la société de consommation Culture de l'abondance, fenêtres sur le « rêve américain » contre « économie de pénurie » et pénurie des télévisions nationales sinistrées en divertissement, de fa-

(18) in *Literaturen Front*, n°4, 26 janvier 1984, cité in S G, 1984, p 5

(19) in S G, 1988, p 25

(20) in *Tygodnik Mazowsze* n°129, 16 mai 1985, reproduit in KRZECZUNOWICZ & POMIAN, 1986, pp 4-5

(21) HANKISS, 1990, pp 95-139

(22) POMORSKI, 1988, p 191

(23) ZAJICÛK, 1988, p 47

çon différente selon les pays (24), pour cause de missions idéologiques, éducatives et culturelles

Cette utilisation de la vidéo témoigne d'un désir d'échapper aux politiques de propagande. Type d'opposition qui est cependant loin de la « vie dans la vérité », forme de résistance morale défendue par Václav Havel contre le mensonge institutionnalisé et la « vie dans le mensonge », constitutifs des différents régimes de l'Est (25). Aux rites idéologiques du système communiste se substituent les mensonges de la société de consommation.

Comment critiquer ce recours au divertissement ? Krystyna Janda, interprète de *l'Homme de marbre* et de *l'Homme de fer* de Wajda, l'explique simplement : « Toute société a besoin de divertissement. Les gens de chez nous n'ont-ils pas aussi le droit de rêver ? » (26).

Aux yeux des idéologues soviétiques, le divertissement occidental n'en est pas moins dangereux. La culture de masse occidentale, selon eux, « prêche les valeurs occidentales, c'est-à-dire le consumérisme, l'apathie politique et la violence » (27). La politique anti-soviétique des machines de propagande occidentales ne se restreint pas au seul secteur de l'information mais exploite également les différents supports de l'*entertainment*. L'intelligence de cette forme de propagande est qu'elle « fait un usage actif et utile du penchant naturel des gens pour le divertissement » (28).

La vidéo n'est pas perçue comme un danger seulement idéologique, mais aussi culturel. Elle rend problématique la construction de l'homme nouveau, socialiste et empreint de culture classique. Se-

lon un journaliste bulgare : « Un nouveau type de Bulgare est apparu, il a son propre magnétoscope et fait circuler des cassettes vidéo illégalement () La vidéo privée cause beaucoup d'inquiétudes () Son répertoire se constitue d'œuvres qui sont d'une qualité artistique extrêmement basse — œuvres contre lesquelles nos spectateurs ont été jusqu'à maintenant protégés » (29). Le quotidien des *Komsomol* bulgares décrit de cette manière la consommation vidéo : « Laideur et vulgarité prédominent dans les vidéoclubs privés. Les films d'horreur semblent être les plus populaires, suivis des films pornographiques soft et de la science-fiction » (30).

Le public consomme le divertissement occidental grâce aux réseaux privés — principaux fournisseurs de vidéocassettes —, qui profitent et encouragent cette forme d'utilisation de la vidéo. Fonctionnant selon les règles du marché et collant aux attentes des téléspectateurs, ils exploitent l'envie de divertissement en même temps qu'ils l'alimentent.

Bien que le magnétoscope ait pu être utilisé occasionnellement par l'opposition politique, le recours organisé et systématisé de la dissidence à la vidéo n'est pas très répandu. Seule, semble-t-il, la Pologne — où existe une société « parallèle » (au travers, par exemple, de la multiplication des *samizdats*) relativement bien développée — a en effet vu l'émergence de structures vidéo clandestines significatives. Certaines de ces structures proviennent d'ailleurs de la publication « parallèle » Video NOWa, qui existe depuis 1985, est une unité spéciale de la maison d'édition clandestine NOWa, créée en 1977. D'autres maisons

(24) La Hongrie et la Pologne introduiront dès le début des années 80 de fortes doses de divertissement occidental pour apaiser les mécontentements liés à la crise économique et, surtout en Pologne, pour relégitimer des télévisions (et des régimes) soumis à un contrôle sévère en matière d'informations. Voir sur ce sujet MATTE-LART T, 1992.

(25) Voir HAVEL, op. cit.

(26) in *Le Monde*, 26-27 décembre 1982, p. 9.

(27) GUREVICH, 1990, p. 69.

(28) Ibid., p. 67.

(29) in *Narodna Kultura* n°39, 28 septembre 1984, cité in S. G., 1984, p. 5.

(30) in *Narodna Mladezh*, 14 janvier 1984, Ibid.

d'édition clandestines se sont diversifiées dans la vidéo comme CDN Une télévision indépendante à Mistrzejowice (NTV) et le groupe vidéo Wytrwalosc (Résistance) ont eux aussi produit et diffusé différentes cassettes vidéo Une association polonaise, basée en France, Video Kontakt, produit depuis 1984 des cassettes vidéo sur la Pologne à destination de ce pays Le rôle de l'Eglise a été très important dans le développement de la vidéo De nombreuses paroisses ont investi dans l'équipement vidéo et organisé des projections de films sur des sujets comme la visite du pape en Pologne ou les funérailles du père Jerzy Popieluszko

Cependant, même en Pologne, ces différentes structures de l'opposition ne représentent pas la majeure partie du « marché » de la vidéo La dissidence reconnaît l'importance que joue le divertissement dans la diffusion du magnétoscope Information et divertissement apparaissent comme complémentaires, non sans susciter des critiques élitistes Un membre de l'intelligentsia polonaise qui organise des séances vidéo peut ainsi évoquer, dans un *samizdat*, le déroulement d'une soirée Après avoir décrit les films proprement politiques de son catalogue, il continue « Dans mon répertoire, j'ai aussi des films qui pourraient être appelés divertissement Quelques spectateurs plus ambitieux me le reprochent () Mais généralement la demande est celle-ci un programme sérieux, patriotique et alors un peu d'amusement s'il vous plaît, un petit James Bond Les films (qui fonctionnent) sur le modèle de la CIA versus le KGB comme *Gorky Park*, *World War III* ou l'histoire de gangsters, *Il était une fois l'Amérique*, sont très populaires Pour répondre à une demande spéciale, j'ai fait des cassettes vidéo des films de Disney pour les enfants et d'un joli conte de fées intitulé *L'histoire sans fin* » (31)

En tant que vecteurs de contenus politiques implicitement oppositionnels, les

programmes de divertissement jouent un rôle non négligeable dans la formation de cette « culture (devenue pour l'occasion de masse) indépendante » L'opposition politique dans certains pays l'a bien compris, qui parfois récupère, quand elle en a les moyens, ces programmes Le catalogue de Video NOWa est à cet égard significatif On y trouve des films polonais interdits de diffusion dans leur pays comme *L'interrogatoire* de Bugajski, ou *L'Homme de marbre* et *L'Homme de fer*, des films hongrois critiquant le régime, des films occidentaux à caractère politique comme *L'Aveu* de Costa Gavras ou le film américain consacré à Sakharov, d'autres comme *Le Docteur Jivago*, *Reds*, 1984 et l'ensemble des James Bond 007

La réponse de l'Etat

La vidéo fragilise l'intégrité idéologique des régimes de l'Est Au-delà, la « révolution de l'information », dont la vidéo est une des composantes, met en question la capacité d'adaptation politique et la puissance économique de ces différents pays, avec en tête l'URSS, pays qui était alors considéré comme le deuxième grand Comment intégrer les nouvelles technologies de l'information et de la communication, autour desquelles s'ordonne de plus en plus la croissance économique des pays occidentaux, sans pour autant perdre tout ou partie de son monopole idéologique ? Défi de plus en plus incontournable au fur et à mesure que s'aggrave leur retard technologique vis-à-vis des pays occidentaux dans le domaine des biens de consommation

Mais comment introduire la révolution de l'information dans un pays où celle-ci est rare, où il y a pénurie de l'information ? La *glasnost* et la *perestroïka* de Mikhaïl Gorbatchev apporteront, avec le succès que l'on sait, une forme de réponse tentatives selon Wilson Dizard et Blake

(31) in *Tygodnik Mazowsze*, n°171, 22 mai 1986, reproduit in KRZECZUNOWICZ & POMIAN, 1986, p 20

Swensrud de transformer l'URSS en société « post-industrielle », version soviétique d'une « Western information-based economy », dans le but de rendre l'économie plus efficace, tout en restant fidèle aux préceptes du communisme (32)

A son échelle, la vidéo illustre cette confrontation à la révolution de l'information. Loin de l'avoir anticipée, les différents gouvernements n'ont réagi qu'après coup à la propagation des magnétoscopes. Ils essaieront de préserver leur monopole sur la production, la distribution, l'import/export de vidéo. Contre-attaque qui s'efforcera de contrôler la diffusion des contenus et des contenants en même temps qu'elle essaiera de s'en servir comme médium supplémentaire de propagande ou d'idéologisation. Dans un cas comme dans l'autre, l'Etat révèle son incapacité à gérer le potentiel politique de la vidéo. Illustrant ainsi le fait que les technologies de l'information — comme l'*entertainment* — « sont le produit de sociétés occidentales ouvertes () Le communisme ne pourrait jamais les produire, et leur transplantation dans les sociétés fermées d'Europe de l'Est est essentiellement un processus forcé et anti-naturel » (33)

Georgi Yordanov, alors président du Comité d'Etat bulgare sur la culture, ne cache pas l'inquiétude que suscite le développement de la vidéo. « La "vague de la vidéo" n'a pas épargné ce pays () Le nombre de magnétoscopes privés ne cesse d'augmenter. L'introduction massive de la vidéo dans la vie culturelle, idéologique, sociale et politique (à des fins de propagande) est une nécessité objective. Cette question est de la plus grande importance dans le contexte international envenimé et tendu d'aujourd'hui. La subversion idéologique de l'impérialisme gagne de plus en plus de terrain, et tout cela représente un immense et important défi () Il est particulièrement important d'adopter des me-

sures effectives pour restreindre et vaincre la circulation démesurée des cassettes vidéo de piètre qualité idéologique et culturelle » (34)

L'Union soviétique sera la première à essayer de contenir cette « vague vidéo » par une législation répressive. En novembre 1982, une loi autorisera le contrôle des voyageurs aux frontières pour interdire l'entrée « d'informations qui pourraient faire du tort aux intérêts politiques ou économiques du pays, à la sécurité de l'Etat, à l'ordre public, à la santé ou à la morale de la population ». En Bulgarie, une loi sera promulguée en juin 1985 dont l'article 6 stipule « L'importation de produits vidéo dont les contenus contredisent l'ordre social socialiste ou qui offensent la morale socialiste est interdite ». Tous les propriétaires de magnétoscopes seront fichés par Bulgarvidéo, organisme d'Etat créé en 1984.

La Pologne et la Hongrie se distinguent nettement des autres pays par un plus grand libéralisme. Dès 1984, une société privée polonaise, International Trading and Investment (ITI), reçoit l'autorisation de produire des cassettes préenregistrées, aux contenus cependant non « subversifs », et de les diffuser. En 1987, le monopole officiel sur la production, distribution et diffusion de films (y compris vidéo) est abrogé permettant, sous réserve d'autorisation par le Comité de la cinématographie, la légalisation de vidéoclubs privés. Cependant, contraints de respecter les droits d'auteur, la moitié de ces vidéoclubs aurait fait faillite. En Hongrie aussi, la distribution vidéo privée légale (qui n'attente pas trop à la « moralité socialiste ») coexistera, à partir du milieu des années 80, avec la distribution d'Etat et le marché noir illégal.

La vidéo, quand elle se fait l'agent de la « guerre psychologique impérialiste », représente un grand danger, mais elle peut

(32) DIZARD & SWENSRUD, 1987

(33) SOBELL, 1985, p. 2

(34) in *Narodna Kultura*, n°38, 21 septembre 1984, cité in S. G., 1985, p. 31

aussi servir de médium privilégié d'endocritinement idéologique. Comme le remarque un auteur soviétique « Les fonctions divertissantes, culturelles et récréatives de la vidéo sont si évidentes et si vastes que de nombreux chercheurs n'ont pas remarqué tout de suite les possibilités importantes que ce phénomène offre pour l'idéologie, l'information et la propagande » (35). Kornilov continue à partir de l'exemple soviétique « L'Etat aspire à influencer le développement de la vidéo, la percevant comme un nouvel et effectif instrument d'éducation idéologique et esthétique, comme un important facteur dans la diffusion et la formation de la politique culturelle » (36). Un réseau de vidéothèques d'Etat sera créé en 1985 afin d'atteindre ces objectifs.

Pour faire face au développement d'un marché noir du *soft* vidéo, les différents Etats d'Europe de l'Est mettront eux aussi en place des structures officielles chargées de diffuser des vidéocassettes aux contenus sous surveillance. Lieux de propagande fonctionnant selon les règles de l'économie administrée. Dès 1981, apparaîtra le premier vidéoclub officiel à Sofia. En 1982, une entreprise d'Etat, Videofilm, sera créée pour répondre à des besoins éducationnels et propagandistes, et remplacée en 1984 par Bulgarvidéo. En Roumanie, les vidéoclubs d'Etat apparaissent en 1985. En Tchécoslovaquie, outre les vidéoclubs officiels, inaugurés en 1984, l'Etat a favorisé l'émergence de disco-vidéothèques où les jeunes peuvent danser en images et en sons tout en étant soumis à la propagande du parti.

Les autorités restent cependant méfiantes par rapport au médium vidéo. En Tchécoslovaquie, il faudra attendre 1987 pour que les studios Barrandov de Prague commencent à produire leurs propres cassettes vidéo. Méfiance qui, en fonction de

leur manque de savoir-faire en la matière, se justifie. Le médium vidéo résiste aux fonctions propagandistes qu'on désire lui assigner. Le catalogue des magasins vidéo officiels, en raison des contraintes économiques et idéologiques auxquelles est soumise leur offre de programmes, reste limité en comparaison de celui du marché noir, marché qui fait fi des directives politiques et des droits d'auteur. Ces carences des catalogues officiels contribuent à expliquer l'expansion du secteur privé illégal. En URSS, par exemple, les vidéothèques d'Etat « ne peuvent satisfaire tous les publics et tous les besoins individuels. C'est pourquoi les « amoureux de la vidéo » recourent aux services de *businessmen*. L'absence d'enregistrements intéressants à louer font du magnétoscope un instrument pour faire de l'argent facile » (37). A l'ouverture du magasin de location de vidéocassettes de Riga, début 1985, le catalogue se distingue par sa pénurie en titres récents puisqu'il se compose pour 11 % de films réalisés pendant les années 30, 4 % pendant les années 40, 10 % pour les années 50, 20 % pour les années 60, 25 % des années 70 et seulement 30 % pour les années 80 (38).

La vidéo d'Etat n'est pas, dans certains pays, capable d'offrir les « classiques » du cinéma mondial. Un article paru en Estonie l'illustre bien « Il serait faux de penser que seules des cassettes sensationnalistes passent en contrebande de l'étranger. Les films de Fellini, Coppola, Bertolucci, Bergman, etc. et d'autres classiques circulent (hors des réseaux d'Etat). Le système d'Etat n'offre même pas les dessins animés des années 30 et 40 de Walt Disney () Les lois en vigueur interdisent de vendre, copier, voire de diffuser de tels films » (39).

En Hongrie, les catalogues du marché

(35) KORNILOV, 1988, p. 198

(36) Ibid., p. 202

(37) Ibid., p. 205

(38) *Radio Free Europe Research*, 1987, p. 20

(39) in *Edasi*, 12 septembre 1987, cité in *Radio Free Europe Research*, 1987, p. 12

noir sont sans commune mesure avec les titres proposés par les boutiques de location du distributeur d'Etat Mokep Videoteka. Le catalogue de celui-ci est d'autant plus réduit que ses négociations avec les *majors* américaines comme la Warner ou la Metro-Goldwyn-Mayer ont échoué sur le problème de la rémunération, les Hongrois désirant des prix fixes et les *majors* réclamant un pourcentage en devises.

Seul le marché noir peut offrir les sujets tabous — la religion, les sentiments antisoviétiques, le sexe et la violence — recherchés par les téléspectateurs. S'adaptant au « marché » et ne respectant pas les droits d'auteur, l'économie de l'ombre est, on l'a vu, mieux à même d'épouser les attentes des téléspectateurs.

La concurrence du marché noir rend problématique la réalisation des tâches propagandistes. Ainsi, pour affronter la vidéo privée, Mokep Videoteka essaie d'acheter des vidéo cassettes *starring* Bruce Lee ou Michaël Jackson, archétypes des productions de « l'ennemi de classe », tout en poursuivant par ailleurs ses fonctions de propagande. Dans certains pays, les vidéoclubs officiels insèrent dans leur catalogue, plus ou moins illicitement, des titres prohibés, au grand plaisir des téléspectateurs et au grand dam des autorités. Lors d'une enquête sur la vidéo en Roumanie, un journaliste peut remarquer : « En voyageant partout dans le pays et en me promenant à Bucarest, j'étais conscient de la qualité douteuse de nombreuses projections offertes par les vidéoclubs. Nous ne contestons pas la possibilité d'obtenir à la fois un succès éducationnel et financier grâce à la technologie vidéo, mais nous maintenons qu'on devrait faire plus attention à la composition des programmes. Il est de notre devoir () de promouvoir avant tout, par ce moyen aussi, nos valeurs nationales » (40).

Le contrôle idéologique auquel est soumise la vidéo peut s'exercer aussi par la

maîtrise de la production de l'équipement vidéo. L'URSS a commencé au milieu des années 80, à l'aide de licences japonaises, à fabriquer des magnétoscopes dans les usines d'Elektronika à Voronej. Ils seront incompatibles avec les standards occidentaux, façon pour les autorités de désamorcer le potentiel « subversif » de ce médium. Malgré leur prix relativement attractif (par rapport à celui du matériel importé), le public se montrera peu enthousiaste en raison de leur piètre qualité et de leur inadéquation avec les cassettes du marché noir. Très rapidement, sous la pression de la demande, les magnétoscopes soviétiques deviendront compatibles avec les normes occidentales.

La médiocrité des équipements soviétiques conduira certains pays de l'Est à collaborer avec des firmes occidentales pour produire des magnétoscopes. À partir de 1983, la Tchécoslovaquie assemblera des composantes délivrées par Philips et en 1987, cette collaboration aboutira à la constitution d'une société mixte. En Hongrie, quelques *joint-ventures* avec des entreprises japonaises comme Akai ou Matsushita se sont créés à partir de 1985 pour la production de magnétoscopes. Panasonic s'est associée avec la firme hongroise Orion. La plupart des magnétoscopes ainsi produits sont essentiellement destinés à l'exportation, vers les autres pays socialistes ou même vers les pays capitalistes.

Les populations est-européennes préfèrent cependant posséder, quand elles le peuvent et quand elles ont le choix, un magnéscope occidental. Le pouvoir d'évocation du matériel est aussi fort que celui des programmes de divertissement. Selon un journaliste de Radio Free Europe : « Dans l'esprit des gens, le phénomène de la vidéo est fermement associé à l'ingéniosité technique occidentale et à la qualité de vie occidentale. L'équipement occidental est considéré comme étant bien supérieur à

(40) in *Flacara*, n°15, 12 avril 1985, cité in POMPEI-COJOCARU, 1985, p. 16

n'importe quel équipement fabriqué sur place » (41)

Conclusion

En marge d'une *glasnost* proclamée « par le haut », la vidéo se propage, via les réseaux souvent informels de la société civile, selon des formes qui évoquent une *glasnost* « par le bas »

Le caractère stratégique que revêt la vidéo dans les pays de l'Est avant 1989 tient autant à son utilisation par la société civile à des fins de divertissement — rompant le « monopole du plaisir légitime » — qu'à l'incompétence que démontre l'Etat dans la gestion de cet élément de la « révolution de l'information » et dans l'absence de propositions alternatives à l'*entertainment* de l'« ennemi de classe »

Le rôle supposé qu'aurait joué la culture de masse occidentale dans la chute des régimes de l'Est marquerait une rupture historique. Pour la première fois, le divertissement occidental, avant-garde en images du capitalisme, aurait contribué à déstabiliser des gouvernements dont l'assise du pouvoir était constituée par une idéologie opposée. Puissance du *way of life* versus puissance militaire.

Mais comment conclure, surtout après avoir essayé de montrer comment la vidéo avait permis de déjouer les politiques du mensonge institutionnalisé de l'Etat-parti, au rôle de l'entertainment dans l'effondrement des régimes de l'Est ? On l'aura deviné, cette interrogation ne peut se résoudre sans étudier la pertinence d'un modèle mécaniste qui voudrait que les moyens de communication aient des effets

RÉFÉRENCES

- ALVARADO Manuel (Ed), *Video World-Wide*, UNESCO/BRU, 1988, 328 p
- ARON Raymond, *Paix et guerre entre les nations*, Calmann-Lévy, Paris, 1984 (première édition 1962), 794 p
- BISKY Lothar, *What is Socialist Entertainment ?*, in BECKER J & SZECSKÖ T (Eds), *Europe Speaks to Europe, International Information Flows between Eastern and Western Europe*, Pergamon Press, 1989
- BOYD Douglas, *The Videocassette Recorder in the USSR and Soviet-Bloc Countries*, in LEVY Mark (Ed), *The VCR Age, Home Video and Mass Communication*, Sage, 1989, pp 252-270
- DIZARD W & SWENSRUD B , *Gorbachev Information Revolution Controlling Glasnost in a New Electronic Era*, CSIS, Westview Press, 1987, 99 p
- DRACH Marcel, *La Crise dans les pays de l'Est*, Repères La Découverte, Paris, 1989
- GANLEY Gladys & Oswald, *Global Political Fallout, The VCR's First Decade*, Program on Information Resources Policy, Cambridge, Massachusetts, 1987, 166 p
- GUREVICH Pavel, *Dialogue of Cultures or Cultural Expansion ?*, Editions du Progrès, Moscou, 1990, 190 p
- HANKISS Elemér, *Hongrie Diagnostiques, Essai en pathologie sociale*, Georg Eshel, 1990, Genève, 257 p
- HAVEL Vaclav, *Essais politiques*, Points Seuil, Paris, 1990, 255 p
- KOPPANY Steven, Unprepared Regime Scrambles to Meet Challenges of the Video Era, Hungarian Situation Report/10, *Radio Free Europe Research*, RFE/RL, Munich, 4 septembre 1985, pp 17-21
- KORNILOV Eugeny, *The Video in the USSR*, in ALVARADO, op cit , pp 197-209
- KRZECZUNOWICZ Nika & POMIAN Anna (Trad & Ed), Extracts from Polish Underground Publications, Just Like Going to the Movies, An Interview with Video NOWa, from *Tygodnik Mazowsze*, n°129, 16 mai 1985, RAD Polish Underground Extracts/10, *Radio Free Europe Research*, RFE-RL, Munich, 20 août 1986, pp 3-5
- KRZECZUNOWICZ Nika & POMIAN Anna (Trad & Ed), Extracts from Polish Underground Publications, The House Cinema, from *Tygodnik Mazowsze*, n°156, 30 janvier 1986, RAD Polish Underground Extracts/10, *Radio Free Europe Research*, RFE-RL, Munich, 20 août 1986, pp 19-21
- KUSIN Vladimir, Satellite Television for Eastern Europe Signposts in a Changing Landscape, RAD Background Report/90, *Radio Free Europe Research*, RFE-RL, Munich, 26 mai 1988, 4 p
- KUSIN Vladimir, The Video Revolution in Eastern Europe/Introduction, in *Radio Free Europe Research*, 1987, op cit, pp 3-4
- MICKIEWICZ Ellen, *Split Signals, Television and Politics in the Soviet Union*, Oxford University Press, New-York, 1988
- MATTELART Tristan, Télévisions Est-Ouest Le temps du divertissement ?, *Médiaspouvoirs*, n° 26, avril 1992
- MOLNAR Miklos, *La démocratie se lève à l'Est, Société civile et communisme en Europe de l'Est Pologne et Hongrie*, PUF, Paris, 1990, 387 p
- MROZOWSKI Maciej, La télévision en Pologne, *Réseaux*, n°44-45, 1991, pp 405-421
- POGANY Csaba, *The Video in Hungary*, in ALVARADO, op cit , pp 223-233

POMPEI-COJOCARU Carmen, Video Equipment, Romanian Situation Report/11, *Radio Free Europe Research*, RFE-RL, Munich, 17 juillet 1985, pp 15-17

POMORSKI Jerzy, *The Use of Video and West-East Flow*, in BECKER J & SZECSKÖ T, op cit, pp 166-181

POMORSKI Jerzy, *The Video in Poland*, in ALVARADO, op cit, pp 181-196

Radio Free Europe Research, The Video Revolution in Eastern Europe, Background Report/ 242, *Radio Free Europe Research*, RFE-RL, Munich, 17 décembre 1987, 32 p

RUPNIK Jacques, *L'autre Europe Crise et fin du communisme*, Editions Odile Jacob, Paris, 1990, 384 p

S G, The « Golden Calf » and Video in Bulgaria, Bulgarian Situation Report/3, *Radio Free Europe Research*, RFE/RL, Munich, 8 mars 1988, pp 25-27

S G, State Control over Video Equipment, Bulgarian Situation Report/8, *Radio*

Free Europe Research, RFE/RL, Munich, 29 juin 1985, pp 29-33

S G, Video Wave Hits Bulgaria, Bulgarian Situation Report/3, *Radio Free Europe Research*, RFE/RL, Munich, 15 février 1984, pp 4-6

SHANOR Donald R, *Behind The Lines, The Private War Against Soviet Censorship*, St Martin's Press, New York, 1985

SIMECKA Milan, *Le Rétablissement de l'ordre*, François Maspero, Paris, 1979, 208 p

SOBELL Vladimir, Reflections on the Impact of the Information Revolution, Background Report/134, *Radio Free Europe Research*, RFE/RL, Munich, 26 novembre 1985, 6 p

WHITE Anne, *De-stalinization and the House of Culture, Declining State Control over Leisure in the USSR, Poland and Hungary, 1953-89*, Routledge, London & New York, 1990, 195 p

ZAJICËK Edward, Heurs et malheurs de la vidéo en Pologne, *Filméchange*, n°44, mai 1988, pp 45-53