

Présentation

Armand MATTELART

Érik NEVEU

Kekséksa ? La Zazie de Queneau serait sans doute la plus à même de restituer le rapport habituel des chercheurs en sciences sociales français à la tradition britannique des « *Cultural studies* ». Rares sont les spécialistes de sciences de la communication, de la sociologie de la culture, de science politique qui aient en France quelque familiarité avec ce courant. La rubrique biographique d'un prestigieux dictionnaire sur la communication connaît le publicitaire Saatchi mais ignore Williams et Hoggart. Une excellente revue a pu publier en 1992, sans susciter l'hilarité, un article qui s'interrogeait sur l'émergence d'une « nouvelle discipline » (1) des *Cultural studies* alors que ce courant était plus que trentenaire... et cela de façon d'autant plus paradoxale que cette revue avait été, à la fin des années soixante, la première à prêter attention aux travaux des pionniers de ce mouvement.

Or la contribution des *Cultural studies* aux sciences sociales ne saurait se réduire à donner matière à clins d'œil entre initiés, ou à constituer une curiosité pittoresque. Ce n'est en effet pas céder aux facilités de la célébration que de souligner un certain nombre d'innovations scientifiques liées à cette mouvance intellectuelle. C'est dans ce courant qu'émerge, à la fin des années cinquante, une version européenne de l'approche ethnographique des cultures populaires. C'est au sein de ce réseau que se développe une analyse des sous-cultures et styles de vie de diverses composantes de la jeunesse des années soixante-dix, de ses pratiques culturelles et de son rapport aux médias. C'est encore autour du Centre for Contemporary Cultural Studies de Birmingham (CCCS) que se développent dans les années soixante des travaux qui analysent au prisme d'une sémiologie matinière de marxisme et de structuralisme les significations et dimensions idéologiques de la presse, de la programmation radio, de l'information et de la fiction télévisée. C'est encore à travers les *Cultural studies* que les problématiques de l'ethnicité et des identités sexuelles trouvent leur légitimité au rang des outils d'analyse de la culture, à commencer par celle qui diffusent les médias. Pourquoi ne pas l'écrire : les chercheurs qui œuvrent sur la culture et les médias sont plus d'une fois les « Monsieur Jourdain » des *Cultural studies* ? Ils sollicitent leurs legs sans le savoir. L'immense chantier d'analyse de la réception des médias qui s'est développé dans le monde depuis une quinzaine d'années trouve une de ses origines essentielles dans la dynamique de débats et de recherches nées dans les années soixante-dix à Birmingham. Pour être important, cet exemple n'est pas unique. L'un des premiers « manuels » de « Communication » à être produit en Europe et destiné à un large public étudiant, avant même la naissance de filières de formation portant ce nom, aura été rédigé

(1) PAVEL, 1992, pp. 731-742.

par Raymond Williams, l'un des pères fondateurs du courant (2). Dans des domaines tels que l'analyse de la publicité, de la télévision, du rôle des médias dans la structuration des sociabilités privées et publiques se retrouvent encore des contributions « *seminal* » – pour reprendre l'inévitable et désormais politiquement incorrect adjectif – issues de ce courant. Les lecteurs de « Réseaux » pourront d'ailleurs retrouver dans des livraisons antérieures de la revue plusieurs articles produits par des figures importantes des *Cultural studies* (3).

La méconnaissance fréquente en France de cette tradition issue de Grande-Bretagne est troublante à un double titre. Elle l'est d'abord par l'asymétrie qu'elle révèle puisque les premières générations des *Cultural studies* furent de grandes importatrices de travaux scientifiques français de Barthes à Goldman via Althusser (4). Elle l'est plus encore lorsqu'on observe que se sont développées en France, simultanément à l'effervescence des travaux britanniques, des recherches très voisines, sans que s'opèrent de vraies jonctions. A l'heure de l'Eurostar, la métaphore de deux équipes de tunneliers échouant à faire jonction et creusant des tunnels parallèles puis divergents paraît s'imposer. Rappelons en particulier le rôle pionnier joué en France dès le début des années soixante par le Centre d'études des communications de masse de l'École pratique des hautes études (CECMAS) et la revue « Communications » autour de Barthes, Friedmann, Morin puis Metz dans l'exploration des logiques et contenus de la culture des médias, la production d'un outillage théorique sur ces questions. Or si ces travaux sont repris, parfois avec un zèle presque excessif, en Grande-Bretagne, la dynamique des recherches menées outre-Manche ne trouve guère d'écho dans les livraisons de « Communications » ou le monde académique français (5). Peut-être faut-il incriminer en l'espèce le banal provincialisme qui caractérise alors la recherche parisienne. Sur un autre registre comment ne pas relever les homologues partielles dans les objets et les interrogations entre le chantier des *Cultural studies* et celui des recherches sociologiques que va fédérer à partir de 1974 la revue « Actes de la recherche » animée par Bourdieu ? Sur l'analyse des cultures et « sous-cultures » populaires, le rapport des classes populaires à l'école, le rôle des dimensions symboliques dans les rapports de pouvoir, le parti-pris d'une étude des productions culturelles les plus illégitimes, les parentés sont nettes (6). Mais si Jean-Claude Passeron contribue à la consécration française de Hoggart, si « Actes » traduit quelques textes de Thompson, Williams, Willis, ce commerce intellectuel reste limité.

C'est donc à faire connaître une tradition intellectuelle riche et souvent féconde dans le domaine de la communication et des médias, à combattre par là des ignorances et des provincialismes que s'attache cette livraison de « Réseaux ». Elle s'y emploie par trois démarches conjuguées.

Armand Mattelart et Érik Neveu proposent un copieux article de survol/survey critique du courant. Celui-ci retrace une genèse, des évolutions, mais intervient aussi sur ce qui suggère l'image d'une domestication, d'un assoupissement critique dans les habits glamour d'un académisme radical-chic. Ce cadrage se complète d'informations bio-bibliographiques qui pourront aider le lecteur désireux de fréquenter ce courant à y trouver références et portes d'entrées.

Une série de traductions vient élargir la palette des textes disponibles en français. Un article de Raymond Williams permet de repérer les modes d'articulation proposés par le courant entre problématiques de la culture et de la communication. Pour comporter un

(2) WILLIAMS, 1962.

(3) Voir le numéro 44-45, 1990 sur « Sociologie de la télévision en Europe » avec les contributions de R. Williams, mais aussi de D. Chaney, proche du courant. Également le numéro 42, 1990 avec un texte de Williams sur la publicité, le numéro 68 sur « Les théories de la réception » avec le texte de Hall « Encodage/Décodage ».

(4) Sur ce point, voir notre article dans ce numéro.

(5) On verra par contre – Horresco referens – un jeu d'alliances contre nature aboutir en 1963 à donner à Paul Lazarsfeld le rôle d'intervenant de références dans un colloque du CECMAS sur « Les intellectuels et la culture de masse » (« Communications », n° 5, 1965).

(6) Une incursion dans les index publiés par le numéro 100 d'« Actes » (1993) permettrait de le vérifier. Pour simple illustration les contributions de Boltanski sur les bandes dessinées ou l'automobile, de Maresca sur les stéréotypes sociaux du paysan, de Mauger et Fossé-Poliak sur les loubards, de Pinell et Zafiroopoulos sur les drogues.

zeste d'échange polémique les textes de Cohen et Hebdige sur les sous-cultures des jeunes des classes populaires (ici les « *mods* ») ont en commun de rendre accessibles un chantier et un débat qui ont marqué le courant, ont aussi suscité quelques-unes de leurs meilleures contributions autour de la gestion des identités, de la transmission de modèles culturels dans un contexte d'érosion accélérée de la sociabilité ouvrière. Enfin si David Chaney se situe davantage dans une périphérie critique des *Cultural studies*, son texte sur le grand magasin peut aussi être tenu pour très significatif d'une capacité à renouveler le regard sur des institutions et objets essentiels mais longtemps boudés – parce que « vulgaires » ? – par les sciences sociales. L'attention ainsi portée à un site des pratiques de consommation est aussi révélateur d'une valorisation de la figure sociale du consommateur, d'un principe identitaire de plus en plus pris en considération (avec la dimension ethnique, le genre *-gender-*) au fur et à mesure d'une dissolution des « vieilles » identités de classe.

Enfin Brigitte Le Grignou s'attache à la contribution de John Fiske. Souvent pris pour symbole – parfois pour bouc émissaire – d'une dérive populiste, voire d'un « nouveau révisionnisme » qui aurait jeté par-dessus bord tout dessein critique pour se faire l'auxiliaire et le célébrant des entreprises de programmes de la culture de flot, Fiske constitue un analyseur très stimulant de certaines évolutions actuelles des *Cultural studies*. Le détour par cette œuvre provocatrice et parfois jusqu'au-boutiste permet de restituer une part essentielle des débats, des impasses aussi dans lesquelles s'engage une partie du courant. Il rejoint par là le premier article de cette livraison pour souligner la nécessité d'un nouveau, de nouvelles connexions disciplinaires pour redonner aux *Cultural studies* rigueur et tranchant critique. L'articulation entre traditions scientifiques nationales peut en être un vecteur. On l'aura compris, ce numéro est aussi une invite à l'acquisition de titres de voyage aller-retour entre les sciences sociales continentales et des *Cultural studies* dont l'ancrage déborde désormais le monde anglophone, dont les objets se renouvellent.

On trouvera également trois articles dans les rubriques non thématiques de ce numéro. John Carey propose aux prospectivistes de tirer des leçons du succès ou de l'échec des technologies du passé pour mieux comprendre la diffusion de celles qui apparaissent actuellement. Il présente notamment des données intéressantes sur l'évolution du prix des machines à communiquer de leur naissance à aujourd'hui.

De son côté Jérôme Perani interroge les statistiques françaises de l'industrie du câble à partir des théories de Michael Porter sur les rapports entre efficacité économique et concurrence. La situation de monopole local du câble, associée à une absence de réglementation du prix, n'est-elle pas à l'origine des faibles performances de ce média en France ?

Enfin, Jack Bilmes qui s'inscrit dans le courant ethnométhodologique nous propose une analyse du silence. Il montre qu'il en existe une grande variété, et que la notion ne renvoie pas seulement à l'absence de sons en général, mais plutôt à l'absence de tel ou tel son. En définitive, à chaque type de parole correspond un type de silence.

RÉFÉRENCES

Actes de la Recherche (1993), n° 100, Index, pp. 80-90, Le Seuil.

Communications (1965), n° 5, Culture supérieure et culture de masse, Le Seuil.

PAVEL T. (1992), « Les Cultural studies. Une nouvelle discipline » in Critique n° 545, pp. 731-742.

WILLIAMS R. (1962), Communications, Penguin, Harmondsworth réédition Pélican (1982).