Bernard MIÈGE, *Les Industries culturelles et créatives face à l'ordre de l'information et de la communication*

Grenoble, Presses universitaires de Grenoble, coll. Communication en +, 2017, 192 pages

Raluca Calin

Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/questionsdecommunication/16361>

DOI : 10.4000/questionsdecommunication.16361

ISSN : 2259-8901

Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée

Date de publication : 31 décembre 2018

Pagination : 339-341

ISBN : 978-2-8143-0543-4

ISSN : 1633-5961

Référence électronique

Raluca Calin, « Bernard MIÈGE, *Les Industries culturelles et créatives face à l'ordre de l'information et de la communication* », *Questions de communication* [En ligne], 34 | 2018, mis en ligne le 31 décembre 2018, consulté le 08 janvier 2022. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/16361> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.16361>

Ce document a été généré automatiquement le 8 janvier 2022.

Questions de communication is licensed under CC BY-NC-ND 4.0 The Creative Commons license icons: CC (Creative Commons), BY (Attribution), NC (Non-Commercial), and ND (No Derivatives).

Bernard MIÈGE, *Les Industries culturelles et créatives face à l'ordre de l'information et de la communication*

Grenoble, Presses universitaires de Grenoble, coll. Communication en +, 2017, 192 pages

Raluca Calin

RÉFÉRENCE

Bernard MIÈGE, *Les Industries culturelles et créatives face à l'ordre de l'information et de la communication*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble, coll. Communication en +, 2017, 192 pages

- 1 Professeur émérite en sciences de l'information et de la communication à l'université de Grenoble Alpes et membre fondateur du Groupe de recherche sur les enjeux de la communication (Gresec), Bernard Miège propose ici « une nouvelle édition, revue et largement complétée » de son ouvrage de 2000. Il entraîne le lecteur par deux cheminements intellectuels à la fois indépendants et interdépendants.
- 2 Dans un condensé de 192 pages au design sobre et moderne, l'ouvrage s'ouvre sur la promesse de la définition des industries culturelles et créatives et de leur évolution. Le lectorat imaginé par l'auteur est composé d'étudiants de 2^e et 3^e cycles ainsi que de professionnels. Nous considérons que la démarche diachronique se prête parfaitement à un « manuel » pour les étudiants, ou à un outil d'initiation pour des professionnels ou des amateurs. Pour ce qui est de son usage purement professionnel, la revue de littérature proposée par l'auteur, ainsi que l'évolution des paradigmes et des modèles proposés, peuvent être utiles à celui qui veut actualiser ses connaissances et éventuellement revisiter les « basiques » afin de créer des outils de prospective.
- 3 Bernard Miège propose un cheminement structuré en trois chapitres de tailles inégales. Au premier abord, pas de grand changement entre la première et la seconde édition. La

structure des publications est identique et les titres se trouvent légèrement mis au goût du jour : la communication trouve sa place dans le titre de l'ouvrage, élargissant et inscrivant en creux le champ de recherche. L'objectif de ce livre est clairement énoncé par l'auteur : « Mettre en évidence la genèse des formes qui se sont progressivement imposées et qui ont toutes leurs chances de perdurer » (p. 6). La vision systémique de ce travail est à surligner, car elle permet une prise de recul et une mise en perspective des industries culturelles et créatives. Si la première édition de cet ouvrage visait la vulgarisation, celle-ci s'ancre plus dans le style d'un manuel. Les différentes approches et méthodes (socio-économique, pragmatique de la culture, réception et appropriation des techniques, etc.) se voient agrégées et adaptées au paradigme de l'information et de la communication.

- 4 Dans la lignée de Michel Foucault, Bernard Miège propose de considérer les productions culturelles et informationnelles industrialisées dans une perspective globale, envisageant ainsi le point de vue de leur production, de leur consommation de leur circulation dans la société. Dans ce sens, il s'inscrit dans une démarche fonctionnaliste où le syntagme « ordre de l'information et de la communication » prend l'ampleur d'un paradigme, et analyse le sens global de ces industries (p. 7). Le premier chapitre (pp. 13-45) reprend l'évolution des notions d'industrie(s) culturelle(s) mettant en perspective une théorie des industries culturelles. Les lecteurs se trouvent devant une revue de littérature conséquente, analysée avec beaucoup de pertinence et rendue accessible par l'auteur. Cinq traits constitutifs des industries culturelles à l'époque du capitalisme ressortent, allant de l'introduction de l'idée de rareté et attribution d'une place centrale à la reproductibilité jusqu'à la naissance de deux prémisses de modèles, la marchandise culturelle et la culture de flot (chez Patrice Flichy). Au passage, la dialectique du tube et du catalogue, l'intégration de la création dans la conception des produits culturels et la mise en place des stratégies différentes pour l'internationalisation de ces derniers produits sont évoqués. Enfin, l'auteur fait état des éléments qui convergent à une théorie des industries culturelles, à savoir une « séparation matériels/programmes à laquelle il convient évidemment de rajouter les réseaux » (p. 45).
- 5 Le deuxième chapitre (pp. 47-83) décrit l'ensemble des modèles. Bernard Miège réussit une suite d'exploits en inscrivant ces modèles tant dans leur contexte socio-historique que dans leur évolution technique et technologique, tout en envisageant une vision globale (de la production au consommateur). Ainsi permet-il au lecteur de retrouver à la fois l'avènement des modèles (éditorial et de flot) et leur émergence. Afin d'illustrer cette hypothèse, l'auteur propose plusieurs exemples : le cinéma, son organisation et le partage entre le modèle éditorial et celui de flot ; et la musique, avec l'apparition du clip qui devient en soi un produit culturel.
- 6 Bernard Miège revient ensuite sur sa proposition de structuration en trois modèles : modèle éditorial, modèle de flot et modèle de l'information écrite. Il met en évidence le lien fort entre l'évolution des industries et des modèles et l'évolution normative qui encadre, voire engendre, ces changements. Ainsi, bien que l'audiovisuel, de par ses caractéristiques, ne rentre pas spécifiquement dans les industries culturelles, un ensemble de lois vont le placer au cœur du système. Quelques exemples sont à citer : « La déréglementation et l'insertion des activités culturelles dans les marchés » (p. 79), l'adoption de plusieurs lois (prix unique du livre, 1983 ; propriété littéraire et artistique, 1985), création de l'Institut pour le financement du cinéma et des industries

culturelles (Ifcic) en 1983 et du compte de soutien aux industries des programmes (p. 81). Il démontre ainsi que cette deuxième période du développement des industries culturelles a été profondément marquée par le développement des médias audiovisuels de masse, qui selon lui, « laisse place aux industries de la communication » (p. 83). Ces deux premiers chapitres sont des points forts de l'ouvrage, en ce sens qu'ils retracent trente ans de théorie littéraire au sujet des dites industries, permettant au lecteur de mieux naviguer dans l'univers des industries culturelles.

- 7 Le troisième chapitre (pp. 85-150) s'ouvre sur la thèse centrale : envisager les industries du contenu comme avenir des industries de la culture. S'il admet la rentrée des jeux vidéo et de l'info-médiation au rang des industries, Bernard Miège estime qu'« aucune filière nouvelle n'a émergé ; plusieurs par contre ont connu une extension remarquable (le jeu vidéo et l'info-médiation) » (p. 90). Il fait par conséquent état de deux transitions : « Une en rapport avec la numérisation, l'autre avec la fragmentation des contenus et des pratiques d'accès » (*ibid.*).
- 8 Dressant rapidement l'histoire des industries créatives, l'auteur les envisage comme l'objet d'un ensemble de politiques publiques soumis aux aléas. Cela implique de les considérer en mouvement, d'une part, à cause de leur financement ; d'autre part, des différents systèmes juridiques qui les encadrent. Quant à la question des pratiques, Bernard Miège met en avant le changement des rapports des consommateurs en lien avec la perception qu'ils ont des services qu'ils achètent. Les plateformes semblent se développer au détriment des portails, bien que l'on soit encore « loin d'une économie des compteurs » (p. 105). La dématérialisation des supports ainsi que les nouvelles pratiques, semblent entraîner des changements profonds au niveau des œuvres. Cependant, « c'est le "cadre" de développement des produits culturels et informationnels lui-même qui est en train de s'élargir, de façon significative » (p. 110). Ces tendances entraînent des changements structurels concernant la convergence des industries et leur reterritorialisation. La notion d'intermédiation, qu'il tente de conceptualiser en l'intégrant aux industries, se retrouve également au centre de l'attention de Bernard Miège. Enfin, ce chapitre propose une révision des trois modèles suscités, les considérant à la fois socio-économiques (par leur démarche) et socio-symboliques (par leurs caractéristiques). Ils ne resteront que deux en lice : le modèle éditorial et de flot, de par leur stabilité dans la durée. Ces derniers, bien que stables, vont avoir tendance à s'orienter vers différents modèles de production et exploitation à l'avenir.
- 9 Les conclusions permettent à l'auteur de revenir sur les difficultés de la démarche : l'identification de trois périodes clés qui se succèdent de façon cumulative et la tendance générale et intégrative de l'utilisation du syntagme « numérique » auquel il préfère « le nouvel ordre de l'information et de la communication », car il est plus englobant. Dans cette perspective, certains enjeux des industries du contenu sont mis en avant. La déterritorialisation/reterritorialisation semble être l'un des enjeux majeurs. La marchandisation des produits culturels et le renforcement des médiations, voire des auto-médiations, les deux autres. Enfin, les interférences entre la culture et l'information et l'actualisation des droits d'auteur ainsi que la difficulté, ou l'incapacité supposée des pouvoirs publics à s'adapter en temps réel aux changements de ces industries, semblent faire partie des enjeux à l'avenir, tout comme le « pluralisme et pluralité des expressions » (p. 165).

- 10 Sans véritablement prendre de risques, Bernard Miège propose quelques perspectives d'évolution des industries. Plutôt qu'un remplacement, il envisage une évolution cumulative de ces industries. La fin des industries culturelles semble loin d'être prévisible, seulement les normes de production devraient s'adapter aux nouveaux modèles. Grâce à un travail rigoureux, Bernard Miège réalise donc un tour de force tant dans l'autocritique que dans l'actualisation des modèles proposés en 2000. On ne peut que regretter que les deux thèses de l'auteur – l'ordre de l'information et de la communication et la mise à jour des modèles – ne soient pas assez développées en termes d'exemples, pour permettre au lecteur une meilleure assimilation des propos. De même, la présentation trop succincte des industries créatives nous semble regrettable. L'impression d'auto-référencement est très présente, mais conforme à la mise en garde de l'auteur (p. 9). Le style de ce dernier requiert un lecteur avisé et demande son entière implication, au risque de se perdre.
-

AUTEURS

RALUCA CALIN

CNE, EHESS/Aix-Marseille université/université d'Avignon et des Pays de Vaucluse/CNRS,
F-84000
calin.raluca[at]gmail.com