Nicolas BRIGAUD-ROBERT, *Les producteurs de télévision. Socio-économie d'une profession*

Paris, Presses universitaires de Vincennes, coll. Médias, 2011, 354 p.

Tiphaine Zetlaoui

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/7003>

DOI : 10.4000/questionsdecommunication.7003

ISSN : 2259-8901

Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée

Date de publication : 1 décembre 2012

Pagination : 344-345

ISBN : 978-2-8143-0130-6

ISSN : 1633-5961

Référence électronique

Tiphaine Zetlaoui, « Nicolas BRIGAUD-ROBERT, *Les producteurs de télévision. Socio-économie d'une profession* », *Questions de communication* [En ligne], 22 | 2012, mis en ligne le 08 janvier 2013, consulté le 02 mai 2019. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/7003>

Vendéens à ce qui est indissociablement lié à l'origine de leur destruction. Cette société vendéenne serait-elle alors une société endeillée mais qui n'oserait pas dire sa douleur parce que son origine serait devenue inavouable, parce qu'irrecevable dans la lecture qu'en feraient « les autres » ? Telle est la force du mémoricide qui pèse sur les descendants des victimes du génocide des Vendéens et qui en paralyse la pensée. En effet, ce refus de voir et de savoir qui touche le lien de la Révolution à ce génocide a sans doute été payé du prix du déferlement des totalitarismes mondiaux du ^{xx}^e siècle (Stéphane Courtois, « Historiens néorobespieristes et mémoricide de la Vendée » sur lequel ces derniers se sont appuyés et qui a permis d'asseoir à la fois leur impunité et leur justification.

Ce qui est essentiel à comprendre consiste, à partir d'un génocide et plus encore lorsque tous les protagonistes – victimes, survivants, témoins et bourreaux – sont morts, en ce qui produit la persistance de la destruction génocidaire est le mémoricide. Mais aussi que la société qui en est complice ne peut qu'être elle aussi affectée par cette violence entretenue et non symbolisée qui ne peut alors qu'apparaître en elle en des poches de violence dont le véritable sens reste, en miroir de la violence génocidaire, à la fois inconscient et inconnu. Peut-on alors comprendre et penser que sont légitimes et nécessaires, au salut public des citoyens français comme des Vendéens, les votes de la proposition de loi déposée à l'Assemblée nationale visant à reconnaître officiellement le génocide vendéen et libellée ainsi : « La République Française reconnaît le génocide vendéen de 1793-1794 » comme la loi déposée au Sénat qui demande d'abroger les décrets d'extermination promulgués en 1793 à l'encontre de la population vendéenne (à ce sujet, voir *La Lettre de l'association Vérité pour la Vendée*, 29-30) ?

Hélène Piralien-Simonyan

AIRCRIGE

hpiralian@yahoo.fr

Médias, journalisme

Nicolas BRIGAUD-ROBERT, *Les producteurs de télévision. Socio-économie d'une profession.*

Paris, Presses universitaires de Vincennes, coll. Médias, 2011, 354 p.

Le livre de Nicolas Brigaud-Robert s'intéresse aux producteurs de télévision et, plus spécifiquement, à la manière dont est née leur profession, dont elle a évolué et s'est affirmée en France depuis l'apparition du média télévisuel jusqu'à aujourd'hui. Dans cette

optique, l'auteur convoque des enquêtes sociologiques d'ordres quantitatif et qualitatif en abordant son objet de façon pluridimensionnelle, c'est-à-dire en mettant en exergue les mécanismes symbolique, économique, sociopolitique et législatif qui le traversent. De ce fait, Nicolas Brigaud-Robert arrive à mettre en visibilité les conflits d'intérêts qui animent le secteur télévisuel à l'aune du métier de producteur. Son travail permet, d'une part, de comprendre les logiques d'institutionnalisation d'une profession à travers l'histoire de la télévision et, d'autre part, d'identifier les stratégies déployées par les producteurs pour faire valoir et imposer progressivement leurs droits.

Selon l'auteur, le métier de producteur est fortement imbriqué avec le processus d'expansion et de libéralisation des programmes télévisuels. L'avènement de séries, de téléfilms, de jeux et d'émissions de variété (remplaçant la dramatique en direct) bouscule le secteur public qui connaît un premier tournant, en 1964, avec la constitution de l'Office de radiodiffusion télévision française (ORTF) et l'apparition de nouvelles productions aux niveaux national et international, offrant des partenariats public/privé. Le second tournant s'opère en 1974 avec l'élection de Valéry Giscard d'Estaing et le démantèlement de l'ORTF qui donne naissance à sept sociétés dont la Société française de production (SFP), placée sous le régime des sociétés anonymes. Le tournant le plus emblématique, voire le plus impactant sur le métier de producteur, s'opère sous l'ère mitterrandienne avec la privatisation des chaînes de télévision qui vient insuffler un nouvel élan à la production privée. C'est dans les mailles de cette dynamique sociale entre sphères marchande et publique que le métier de producteur semble dessiner sa singularité. Singularité qui, comme l'explique le chercheur, prend la forme d'un tiraillement puisque le producteur agit selon des logiques contradictoires ; d'une part, il doit être inventif en instaurant de nouveaux programmes et, d'autre part, il doit agir en gestionnaire en se conformant aux impératifs du marché et aux règles conventionnelles des institutions en place. Force est de reconnaître l'aspect épineux de cette situation. En effet, le port de ces deux casquettes – l'une d'artiste, l'autre d'administrateur – conduit les producteurs français à être de plus en plus vindicatifs. Ainsi, à la différence de leurs homologues américains, les producteurs français ne sont-ils pas ou peu reconnus pour leur talent et esprit créatif, même s'il existe des avancées juridiques. Comme le mentionne l'auteur en s'appuyant sur la série « Voisin-voisine », il existe, depuis 1995, une jurisprudence à la suite de la décision du Tribunal de grande instance qui accorde le droit aux producteurs d'obtenir une part des rémunérations d'auteur. Toutefois, d'une certaine

manière, leurs revendications restent, en suspens puisque pour bénéficier de ces droits les producteurs doivent prouver de manière effective le travail qu'ils ont effectué en tant que créatifs. Or, pour Nicolas Brigaud-Robert, c'est cette dimension créative, mobilisée tout au long de l'élaboration de projets, qui structure de manière prédominante la « praxis » de l'activité de production. Ainsi affirme-t-il que « les fonctions de gestion de l'entreprise paraissent secondaires dans la création de valeur dans la production audiovisuelle car le producteur ne perd jamais son caractère d'entrepreneur, chaque programme supposant une nouvelle forme d'association de ressources » (p. 110).

En prenant en charge le processus d'élaboration d'un projet – de sa conceptualisation à son financement en passant par sa commercialisation –, le producteur agit dans un environnement constitué d'enjeux pluriels et de luttes diverses. Outre le fait que le producteur doit faire face à la concurrence pour s'imposer sur le marché de la programmation, il doit constamment trouver un équilibre auprès des professionnels de la télévision, qu'ils soient législateurs, administrateurs, techniciens ou artistes, alors que leurs intérêts divergent. La question du statut reste au cœur des polémiques en se déplaçant sur celle des programmes. Certains producteurs d'émissions de télé-réalité souhaiteraient obtenir des subventions publiques au même titre que les producteurs finançant des programmes considérés comme « œuvres de fiction ». Depuis le décret du 2 février 1995, les œuvres de fiction reçoivent un financement public à l'exclusion des sketches, des animations, des documentaires de création, des spectacles vivants, des magazines et des vidéomusiques. En 2000, le programme *Pop-stars* a été, dans ce cadre, l'objet d'un contentieux qui a duré jusqu'en 2004. Le tribunal a fini par trancher en faveur de l'ensemble des organisations d'artistes et d'auteurs insurgés face à la volonté des producteurs de voir leurs émissions de télé-réalité transformées en œuvre de fiction.

En définitive, s'il est dommage que cet ouvrage omette de livrer des noms de sociétés de production ou de producteurs, il offre un subtil et profond éclairage sur les tenants et aboutissants de cette profession qui semble être exercée par des individus au capital scolaire et social plutôt modeste. De plus, l'auteur a le mérite d'avoir su mobiliser des approches théoriques diverses, issues de la sociologie structuraliste (Pierre Bourdieu, école de Francfort) ou compréhensive (Max Weber, Georg Simmel) ou encore d'autres disciplines comme l'économie (modèle schumpétérien du producteur entrepreneur), pour

circonscrire une profession qui reste encore pour le moins insaisissable dans l'imaginaire collectif mais, en réalité, plus que jamais indispensable à un marché télévisuel en voie d'expansion.

Tiphaine Zetlaoui

GERIICO, université Lille 3
tiphainezetlaoui@gmail.com

Thierry GUILBERT, *L'« évidence » du discours néolibéral. Analyse dans la presse écrite.*

Bellecombe-en-Bauges, Éd. Le Croquant, coll. Savoir/agir, 2011, 133 p.

Pour expliciter la manière dont les topiques issus de la doctrine économique néolibérale imprègnent le discours médiatique sans que celui-ci parvienne à exercer son rôle critique et, au contraire, leur assèment même un caractère d'évidence, Thierry Guilbert s'appuie sur les méthodologies de l'analyse du discours. En effet, cette discipline française et anglo-saxonne étudie la manière dont le politique et l'idéologie imprègnent à la fois le contenu et la forme des discours, de manière indissociable. Dans cet ouvrage, l'auteur analyse le discours des éditoriaux et des chroniques de la presse d'information générale (discours dominant et commentarisant qui se veut simultanément une parole individuelle et une présentation collective) publiés dans le contexte des « crises sociales » qui se succèdent en France depuis 1995, pour montrer comment ce discours « contraint » implicitement le lecteur à prendre également en charge le sens de ces énoncés hétérogènes et plus ou moins cohérents – et donc à les accepter sans débat démocratique. Dès lors, on peut s'interroger sur la réalité du rôle des médias comme contre-pouvoir. L'objectif est de donner au lecteur des outils pour comprendre et interpréter la dissimulation du discours néolibéral (rebaptisé DNL en référence au philologue Viktor Klemperer, ayant étudié clandestinement les effets de langue de la langue nazie de 1933 à 1945 dans son livre *LT1, la langue du III^e Reich*, Paris, A. Michel, 1996 [1947]). L'ouvrage se divise en six chapitres qui distinguent des procédés discursifs superposés dans le discours médiatique – en s'appuyant sur de nombreux exemples tout à fait identifiables, pertinents et représentatifs – afin de fournir au lecteur les outils pour aiguiser sa vigilance critique. Par ailleurs, les points les plus techniques (« Le rôle discursif des mathématiques en économie », « Origine du laissez-faire ») ou les exemples les plus significatifs (« Les mots du néolibéralisme », la réforme des retraites en 2010) sont développés sous la forme d'encadrés placés en marge du raisonnement général.