Eleftheria THANOULI, *Wag the Dog : A Study on Film and Reality in the Digital Age*

Londres, Bloomsbury, 2013, 176 pages

Rayan Haykal

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/9986>

DOI : 10.4000/questionsdecommunication.9986

ISSN : 2259-8901

Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée

Date de publication : 1 septembre 2015

Pagination : 437-438

ISBN : 9782814302600

ISSN : 1633-5961

Référence électronique

Rayan Haykal, « Eleftheria THANOULI, *Wag the Dog : A Study on Film and Reality in the Digital Age* », *Questions de communication* [En ligne], 27 | 2015, mis en ligne le 01 septembre 2015, consulté le 25 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/9986> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.9986>

ligne. Toutefois, là aussi, la situation s'obscurcit depuis le tournant des années 2008-2009. Si la couverture de l'information économique et financière s'est sensiblement améliorée, la BBC serait moins à l'aise dans la couverture de l'actualité touchant au Moyen-Orient qu'elle ne l'était lorsqu'elle couvrait, dans les années 90, les crises russes ou Tienanmen. Ces dernières années, on lui reproche une partialité favorisant Israël. On pourrait y voir l'efficacité des lobbies pro-Israël, surtout à Washington et dans l'état hébreu lui-même. Par ailleurs, la BBC News se trouve souvent concurrencée par la multiplication des chaînes arabes du pourtour méditerranéen. Surtout, Jeremy Tunstall note que le développement des émissions de relations publiques et des télévisions qui s'en alimentent serait un indice de plus de cette américanisation des émissions qu'il observe partout, comme dans les *soaps* et les séries dramatiques.

Depuis des décennies, l'auteur étudie la question de la réglementation ; il y revient à l'époque actuelle multi-supports, multi-chaînes. Les instances sensées réglementer seraient inefficaces. Les dernières lignes de l'ouvrage rappellent que le groupe Murdoch, d'une part, Google, d'autre part, contournent aisément des dispositifs censés les surveiller un peu ou les empêcher d'acquiescer des parts de marché conduisant à une position dominante.

L'auteur pose toute une série de questions dérangeantes : le numérique rend-il illusoire la notion même de télévision de service public ? La BBC a beau insister sur l'importance de la décentralisation et de la production en région, ne reste-t-elle pas trop dominée par Londres ? De même, malgré l'importance des émissions ancrées dans les milieux populaires, n'est-elle pas encore et toujours dominée par un *ethos* et des valeurs des classes moyennes ? Elle insiste sur l'attention portée sur la nature multiethnique de la population, mais les afro-asiatiques seraient encore sous-représentés dans les dramatiques, dans les variétés et dans d'autres genres encore. La BBC News et BBC Television touchent davantage les plus de 35 ans que les jeunes. À l'écran, les femmes occupent moins d'un tiers des postes les plus en vue, même si, derrière l'écran, dans des postes à responsabilité exécutive, elles constituent plus d'un tiers du personnel (pp. 5-6).

À quand un travail analogue sur la télévision en France et dans les pays francophones ? Est-ce même possible ?

Michael Palmer

Cim, université Sorbonne Nouvelle-Paris 3, F-75005
michael.palmer@univ-paris3.fr

Technologies

Eleftheria THANOULI, *Wag the Dog : A Study on Film and Reality in the Digital Age*.

Londres, Bloomsbury, 2013, 176 pages

Wag the Dog : A Study on Film and Reality in the Digital Age est une monographie de Eleftheria Thanouli, maîtresse de conférences en théorie du cinéma à l'université de Thessalonique. Le livre traite du lien entre la réalité et la fiction cinématographique dans le contexte d'une révolution numérique qui modifie les techniques du cinéma et le rapport du spectateur au film. La sortie du film *Des hommes d'influence* (*Wag the Dog*) de Barry Levinson quelques semaines avant le scandale Clinton-Lewinsky en janvier 1998 est une pure et heureuse coïncidence qui remet en cause la fine frontière entre réalité et cinéma et permet d'aborder une question récurrente sur l'imitation de la vie par l'art et vice versa. Le film narre la simulation médiatique d'une guerre en Albanie par un producteur de films hollywoodiens, Stanley Motss (brillamment joué par Dustin Hoffman), pour cacher un scandale sexuel qui menace le président des États-Unis et ses chances de réélection. Le producteur est épaulé par une assistante du président jouée par Anne Heche et un consultant *spin doctor*, Conrad Brean (joué par Robert De Niro). Les événements du film se compliquent lorsque le producteur met en scène le sauvetage d'un faux héros capturé par les ennemis, déclenchant ainsi une campagne nationale de soutien. Motss est lui-même liquidé lorsque sa mission est terminée. Le film se rapproche intimement de la réalité car il fait écho aux attaques américaines en Afghanistan et au Soudan commanditées par le président américain Bill Clinton (1992-2000) en août 1998 pour neutraliser les conséquences négatives du scandale sur sa popularité ainsi que les tentatives de destitution menées par le procureur Kenneth Star. Par ailleurs, il constitue une satire virulente à la fois du monde politique américain, des médias et de la production cinématographique hollywoodienne.

Le premier chapitre (pp. 15-48) est une analyse narrative référencée qui explique les méthodes utilisées pour distinguer la réalité de la fiction. Après un résumé sommaire du film, l'auteure utilise le travail théorique de Étienne Souriau – concernant les différents niveaux de l'univers cinématographique – et d'Edward Branigan – sur les différents niveaux de la narration – comme cadres de référence à l'analyse des *Hommes d'influence*. L'auteure décortique quelques scènes du film pour expliquer l'agencement entre narrateur, acteurs et degré de focalisation selon la nomenclature d'Edward Branigan en insistant sur l'aspect diégétique du film. Le chapitre se termine

par un rappel de la carrière cinématographique de Barry Levinson afin de conclure que le mélange entre des films de fiction et des documentaires dénote que toute la carrière – et même la vie personnelle – du réalisateur s'inscrit dans le registre de la frontière floue entre réalité et fiction. Barry Levinson a été nourri par les images de la télévision, ce qui, selon l'auteure, a provoqué chez lui une déconnexion avec son environnement immédiat. Eleftheria Thanouli ne cesse de rappeler tout au long du chapitre que le film choisi est un exemple idéal pour expliquer cette frontière entre le réel et le fictif.

Le deuxième chapitre (pp. 49-76) revisite le passage de la technologie analogique à la technologie numérique à trois niveaux : technologique ; sémiologique ; ontologique. Il repose la question centrale de l'identification de la réalité et de la définition même de cinéma. La perception de la réalité est influencée par l'art visuel et surtout par l'émergence de nouvelles formes de support cinématographique. Les images numérisées transformant la réalité en un codage binaire, Eleftheria Thanouli s'appuie sur la création *ex nihilo* d'une guerre fictive dans le film afin de manipuler l'opinion publique. Elle n'arrive cependant pas à hisser le débat jusqu'au niveau de l'utilisation efficace des nouvelles technologies qui permette de modifier la relation du spectateur avec la réalité car *Des hommes d'influence* fait trop peu usage de ces nouvelles technologies pour qu'un lien quelconque entre numérique et réalité puisse être réellement établi grâce à lui. La place du film dans la réflexion sur la révolution numérique reste donc trop modeste pour en faire un emblème. Les publics américain et mondial auraient-ils vraiment besoin d'un énième film pour leur expliquer que les médias manipulent l'opinion publique ? *Citizen Kane* (Orson Welles, 1941) n'aurait-il pas suffi ?

L'auteure explique aussi que l'imagerie numérique se construit par un code binaire 0/1, vrai/faux, réalité/fiction, par opposition à la pellicule qui captait une certaine forme de réalité. Selon cette logique, tout film de l'ère numérique pourrait être utilisé dans le débat réalité/fiction sans qu'il ne se transcrive dans une dimension vécue par les personnages en question. Eleftheria Thanouli ne développe pas le débat sur la causalité entre la technologie et le langage cinématographique : le numérique a-t-il répondu à un besoin de transcendance de la réalité ou bien la déconnexion entre la fiction et la réalité a-t-elle poussé à l'invention du numérique ? Si l'auteure insiste tellement sur la convergence entre les deux grâce au film de Barry Levinson, la discussion semble contradictoire avec l'émergence du numérique.

Le troisième chapitre replace *Des hommes d'influence* dans son contexte historique et rappelle plusieurs événements politiques qui ont influencé l'écriture de son scénario (lui-même inspiré d'une nouvelle) tels la guerre du Golfe en 1991, l'omniprésence de certains consultants en communication à la Maison Blanche et le scandale d'Oliver North (dans le cadre de l'affaire Iran-Contra). Eleftheria Thanouli explique ensuite la flagrante instrumentalisation du film dans le discours médiatique et politique au quotidien et dans l'interprétation des événements politiques. *Des hommes d'influence* devient alors une référence dans la manipulation des médias et des citoyens à des fins d'intérêts politiques particuliers. Cependant, les attaques sur des cibles en Afghanistan et au Soudan n'ont pas pour autant avorté le scandale Lewinsky, ce qui contredit l'un des arguments forts de Eleftheria Thanouli qui est la capacité de la fiction à changer la réalité.

Le chapitre suivant marque un retour aux concepts théoriques exposés dans le premier chapitre pour les étendre à la définition même du film politique. L'auteur explique que le film politique n'a pas pu s'imposer comme un genre à part dans la culture américaine car l'industrie cinématographique et le public américain n'ont pas pu intégrer les conséquences de ce genre de films sur leur quotidien. L'absence de codes du genre et des normes de représentation rend difficile la prise de conscience des implications politiques de tels événements et limite le film à une œuvre d'art sans l'étendre à un phénomène sociétal. Qui dit que le public américain voudrait réellement se regarder en face, pourquoi cette attitude changerait-elle avec le film de Barry Levinson ? De ce point de vue, *Des hommes d'influence* se démarque du reste des films politiques par sa proximité avec la réalité et par sa description du rôle que joue chaque acteur de la hiérarchie politique. Il s'agit d'un film sans hommes – politiques –, sans héros où les objets jouent un rôle aussi influent que les hommes. Ce chapitre se conclut par un florilège aléatoire de films politiques que l'auteure compare aux *Hommes d'influence* pour réaffirmer que ce dernier est le mieux placé pour défendre sa problématique. Le choix des films retenus dans ce florilège n'est pas justifié par Eleftheria Thanouli. Celle-ci applique la typologie d'Étienne Souriau sur le film en reprenant les différents points de focalisation sur la représentation de la réalité.

D'un point de vue d'ensemble, quelques critiques peuvent être adressées au livre car il est sûrement trop enthousiaste à utiliser le film comme symbole de toute une révolution. D'abord, Eleftheria Thanouli est

émervillée par la coïncidence des faits et décrit le film comme un phénomène sociétal qui révèle des secrets sur l'imbrication entre les méandres de la vie privée des hommes politiques et les motifs réels derrière certaines attaques belliqueuses. L'auteure argue que le film est ancré dans la réalité, mais n'évoque pas pour autant la possibilité que les scandales d'ordre privé puissent également être mandatés pour masquer des défaillances économiques ou politiques. La guerre peut être motivée par des objectifs économiques précis, non affichés, mais également par les affaires de cœur des hauts responsables publics qui peuvent être employés pour camoufler un autre malaise social ou économique plus profond. Dans ce cas, l'homme politique sacrifie sa réputation à court terme afin de poursuivre un objectif à plus long terme telle sa réélection.

Ensuite, contrairement aux événements décrits dans le film, le président Clinton n'a pas réussi à détourner l'opinion publique du scandale avec les frappes aériennes qu'il a commanditées étant donné que des motions de destitution ont été formulées à son égard. La vie n'imité pas forcément l'art comme l'affirme à plusieurs reprises Eleftheria Thanouli. Dans la réalité, des immeubles ont été détruits, des vies anéanties inutilement. Ainsi pouvons-nous nous demander si la vie n'imiterait l'art que partiellement ? Lui ressemble-t-elle dans certains faits déclencheurs, mais pas dans ses conséquences graves et ses finalités ? L'auteure insère des retours sur la carrière de Barry Levinson, sur le cinéma politique à Hollywood, des redondances sur l'importance du film dans l'histoire du cinéma, mais son discours peine à montrer qu'il est fondé sur des arguments rigoureux. Aussi, si les coïncidences entre la vie et l'art restent possibles, l'imitation de l'art par la vie n'est pas si évidente dans ce cas en particulier.

Selon nous, la chercheuse n'insiste pas suffisamment sur l'aspect mercantiliste de la médiatisation des événements qui est pourtant le message principal du film de Barry Levinson. Dans le film, la capture d'un soldat américain et son opération de sauvetage donnent lieu à l'invention de produits médiatiques allant de la composition d'une chanson de soutien – *An American Hero*, pastiche de *We Are the World* – à la vente de produits dérivés. Cette machine à produire du profit est au cœur même de l'industrie cinématographique hollywoodienne et constitue une occasion d'autodérision quant à l'*establishment*. Cet aspect essentiel du film, essence même de la critique qu'il porte à l'égard du cinéma hollywoodien, machine à vendre des marchandises, des idées ou des candidats aux élections, est pourtant rapidement balayé par l'auteure tandis qu'on aurait attendu un

développement plus étoffé. *Des hommes d'influence* est bien ancré dans une réalité, celle de l'industrie du cinéma, et non dans la réalité de la vie comme Eleftheria Thanouli tend à le soutenir (p. 86). L'auteure n'a pas apprécié le jeu de poupées russes de la critique à l'intérieur de la critique et s'est contentée du message de premier degré.

L'ouvrage est très bien écrit : le style est clair, la problématique est annoncée dès l'introduction générale et répétée plusieurs fois au cours du livre ; la conclusion répond clairement à la problématique et récapitule les grands axes développés tout au long du livre. Chaque chapitre est annoncé par une introduction, un plan et se termine par une conclusion, une bibliographie et une série de notes explicatives. Le livre est divisé en quatre chapitres qui chacun expose un aspect de la problématique et explique la place du film dans l'histoire du cinéma et comment il permet de redéfinir les frontières entre réalité et fiction. L'auteure mélange les références théoriques aux critiques publiées sur le film, à l'analyse du contenu de plusieurs scènes, à la comparaison à d'autres films politiques, à plusieurs événements politiques précurseurs ainsi qu'à un rappel de la filmographie du metteur en scène.

L'ouvrage est remarquable par son style et la force de conviction de son auteur. Son argumentation pêche cependant en voulant peut-être trop élever le film *Des hommes d'influence* au rang de mythe incontournable de l'histoire du cinéma, alors qu'il n'est peut-être qu'une délicieuse satire d'Hollywood.

Rayan Haykal

Faculté de gestion et de finance, université La Sagesse,
LB

rayan.haykal@uls.edu.lb

Estrella Rojas, dir., Réseaux socionumériques et médiations humaines. Le social est-il soluble dans le web ?
Paris, Hermes/Lavoisier; coll. Information, hypermédias et communication, 2013, 293 pages

Dirigé et présenté par Estrella Rojas et comportant onze contributions, l'ouvrage vise à approfondir les rapports entre la technique et le social sous l'angle des médiations sociales dans les réseaux socionumériques. Ces réseaux socionumériques qui paraissent établir des rapports égalitaires et coopératifs sont communément qualifiés de « sociaux ». Mais comment prendre la mesure des formes de cette sociabilité ? À cela s'ajoute le concept de médiation qui fait référence aux travaux menés au Centre de sociologie de l'innovation. Cependant, certains des auteurs s'inscrivent plus