

## **De la concentration du capital à la production d'information et de culture : bilan critique des écrits**

**Éric GEORGE**

Université d'Ottawa - Groupe de recherche interdisciplinaire sur la communication,  
l'information et la société (GRICIS), Canada

Ce texte porte sur la concentration du capital dans le secteur des industries de la culture, de l'information et de la communication (ICIC) et ses liens avec les modes de production de l'information et de la culture. Il suit un autre texte correspondant à une recension d'écrits effectuée dans le cadre de mes activités de copilote, avec Philippe Bouquillion, de l'axe de recherche « Structures industrielles et stratégies d'entreprises » composante du projet international « Mutations des industries de l'information, de la culture et de la communication ». En décembre dernier, j'avais effectué une recension relativement générale alors que cette fois, je vais porter mon attention sur une dimension plus spécifique annoncée ci-dessus. En effet, dans un contexte marqué par la formation de groupes de taille importante positionnés sur plusieurs médias, il est possible se demander si la diversité en matière d'information et de culture ne tendrait pas à diminuer. Irait-on vers la formation, à terme, d'un vaste marché unifié de biens et de services informationnels et culturels ou à l'inverse de marchés segmentés et fortement différenciés ? Telle est donc l'interrogation que je vous propose d'explorer, à partir de la relecture de quelques textes. En posant ces questions, cela me fait penser à deux enseignements plus anciens. Le premier, c'est lorsque dans le cadre des premières réflexions sur l'industrialisation et la marchandisation de la culture effectuées au milieu du 20<sup>e</sup> siècle au sein de l'Institut de recherches sociales de Francfort, Theodor Adorno et Max Horkheimer (1983 [1944]) avaient estimé que l'industrie culturelle n'était qu'un élément parmi d'autres du vaste ensemble capitaliste. Le deuxième, c'est lorsque les chercheurs en économie politique ont plutôt conclu à partir de la fin des années 70, à la diversité des modes d'industrialisation et de marchandisation de l'information et de la culture au sein du système industriel (Huet et ali., 1984; Miège, 1986; Bustamante et Zallo, 1988; Miège, 1989; Garnham, 1990; Tremblay et ali., 1990; Flichy, 1991; Tremblay et Lacroix, 1991; Bolaño, 1995; Dorland et ali., 1996; Miège 1997). Je reviens maintenant sur la question de la concentration de la propriété dans les industries de la culture, de l'information et de la communication. Après quoi j'aborderai les liens entre concentration et production de l'information et de la culture. Puis je conclurai en proposant de réfléchir sur les rapports de causalité.

### **La concentration de la propriété**

À propos de la concentration, on peut tout d'abord mentionner que l'existence de grandes entreprises est aussi ancienne que l'existence même d'entreprises dans le secteur des industries de la culture, de l'information et de la communication. À ce titre, Vincent Mosco rappelle l'existence des grandes agences de presse formées au 19<sup>e</sup> siècle (1996). Cela dit, traditionnellement, entreprises de diverses tailles ont toujours cohabité. Ainsi, dans une recherche fondatrice sur l'économie des industries culturelles publiée en 1978, l'équipe animée par Bernard Miège avait montré que « l'artisanat et le petit capital, loin de disparaître, maintenaient et renforçaient leurs positions dans plusieurs secteurs (conception-

enregistrement de disques-réalisation audiovisuelle) » (1978, p. 28), remettant ainsi en cause l'idée de la disparition plus ou moins rapide mais systématique de la petite production culturelle au profit de la structure monopolistique. Plus de vingt ans plus tard, en 2000, Bernard Miège (2000) a rappelé la cohabitation de grandes entreprises et d'entreprises de taille beaucoup plus petite en ajoutant que si les premières étaient surtout présentes au niveau de la distribution, les secondes consacraient leurs activités à la production. Le maintien d'entreprises de petite taille s'explique par le fait qu'il est plus facile de prendre des risques au sein de celles-ci, le succès d'un produit informationnel ou culturel étant toujours en partie aléatoire. Cela étant dit, les disparitions sont nombreuses, soit par faillite, soit par intégration dans des firmes plus puissantes. Mais d'autres entreprises se créent aussi au même moment. Jusqu'à maintenant du moins, ces éléments semblent toujours présents. Ainsi, par exemple, de nombreuses entreprises ont été créées avec le développement du réseau Internet au sein de la sphère domestique à partir de la moitié des années 95 et bon nombre d'entre elles ont été ensuite rachetées par les géants du secteur. Le cas du rachat de Hotmail par Microsoft en constitue une belle illustration. Depuis, de nouvelles petites entreprises ont été créées et se sont développées ou sont mortes.

Au cœur de cette dynamique, la concentration serait-elle en expansion ? Pour la majeure partie des auteurs lus, c'est incontestable. Pour Andrew Calabrese (2004), il importe de replacer cette tendance dans le cadre des principales mutations des industries de la culture, de l'information et de la communication. Et à ce sujet, il mentionne la déréglementation, la privatisation et la libéralisation des télécommunications qui ont eu lieu dans de nombreux pays sur le modèle de ce qui s'est passé aux États-Unis, le démantèlement d'ATT en 1984 pouvant être considéré comme le coup d'envoi de cette tendance. Enrique Bustamante (2004) estime pour sa part que la concentration qui se serait développée dans les années 90 serait due aux promesses des réseaux numériques mais surtout au renforcement de la compétition sur les marchés à la fois nationaux et internationaux ainsi qu'à la globalisation des firmes et des principes de management. Ici, le poids de la finance s'avèrerait important avec une recherche du profit à court terme. Les industries qui nous intéressent se convertiraient en institutions financières selon Bustamante. Philippe Bouquillion (2005) va dans le même sens en écrivant que les mouvements de libéralisation se sont développés à l'échelle internationale pendant les années 80 et 90. C'est alors que les secteurs auparavant sous monopole ont été ouverts à l'initiative privée et que les opérateurs historiques ont perdu leur statut de monopole. Il poursuit en écrivant que les échanges internationaux de biens et de services ont alors été libéralisés et que les seuils de concentration et de détention ont été fréquemment relevés, surtout pour favoriser l'éclosion d'entreprises ayant une taille minimale susceptible de tenir un rôle sur les marchés à l'échelle internationale. Il ajoute par ailleurs un autre élément important à propos du développement de la financiarisation des ICIC, à savoir que les structures financières ont été marquées par la libéralisation de la circulation internationale des capitaux et par la financiarisation.

Quant à Jean-Guy Lacroix (1997), il met l'accent sur les changements de stratégies qui conduisent à la concentration. Je le cite : « le plus important, [...], dans ce processus, c'est la façon dont cette nouvelle concentration est réalisée. En effet, elle s'opère par la voie de discussions, d'ententes, de décisions réfléchies, minutieusement soupesées et, c'est là le plus fondamental, découlant d'évaluations raisonnées, calculées et menées "collectivement" entre partenaires en concurrence directe, indirecte ou convergente. Il s'agit donc d'une concentration intentionnelle et consciente, discutée, dont la concrétisation suit un programme à partir de discussions et d'ententes » (1997, p.48).

À propos de concertation, Vincent Mosco propose même d'élargir la définition même du concept en attirant par exemple notre attention sur l'intérêt de l'analyse des conseils d'administration des entreprises. Alors qu'une approche traditionnelle en termes de concentration mettrait l'accent sur les liens entre le nombre de médias disponibles sur un marché et le nombre de propriétaires, l'approche préconisée par Mosco vise à établir le portrait des relations entre membres des directions d'entreprises. Les chevauchements entre conseils d'administration fourniraient l'opportunité de relations de coopération entre représentants de firmes qui sont normalement concurrentes. Il importerait aussi de porter notre attention sur d'autres types de liens comme les clubs privés et les associations professionnelles qui contribuent à reconfigurer les rapports de pouvoir au sein des entreprises et entre les entreprises. Mosco attire l'attention sur l'intérêt de réfléchir sur les stratégies d'entreprises à partir de ce point de vue. Enfin, il mentionne le fait que des recherches ont mis l'accent sur l'importance des alliances qui ne passent pas forcément par des fusions. Il en est ainsi des partenariats corporatifs et des alliances dites stratégiques pour des projets spécifiques comme des coproductions ou le développement de nouvelles technologies.

Ces quelques éléments introductifs étant mentionnés, il faut bien reconnaître à l'instar de Werner Meier que peu de chercheurs se sont intéressés spécifiquement à la question de la concentration croissante de la propriété dans le secteur des médias. En Amérique du Nord, j'ai essentiellement retenu les travaux aux États-Unis de Ben Bagdikian, notamment auteur de l'ouvrage *Media Monopoly* et au Canada de James Winter, notamment auteur de *Democracy's Oxygen, How corporations control the News*. Ainsi, dans la version la plus récente datant de 2004, Bagdikian considère que les informations sont dorénavant essentiellement contrôlées par cinq entreprises. Or, s'il est question d'une plus grande concentration d'un côté et d'un contenu idéologiquement orienté d'autre part – Bagdikian mentionne par exemple la place importante consacrée à l'économie et surtout du point de vue des dirigeants d'entreprise – il est fort peu question en revanche de ce qui se passe à l'intérieur même des organisations. On rejoint ici une critique qui avait été formulée lors de la sortie en 1988 d'un ouvrage qui avait alors beaucoup fait parler de lui *Manufacturing Consent : The Political Economy of the Mass Media*, ouvrage rédigé par Edward S. Herman et Noam Chomsky. Je disais à l'instant qu'il s'agissait d'un livre qui avait beaucoup fait parler, et ce tant à l'intérieur de l'Université – en témoignent l'importance qu'il a dans les plans de cours dans les Universités étatsuniennes et canadiennes – qu'en dehors, surtout dans les cercles militants. Il me semble toutefois qu'en revanche, il a été peu repris dans les travaux effectués justement en économie politique, notamment en langue française. N'ayant jamais rien lu à ce sujet, je me contenterai comme explication de fournir une hypothèse, à savoir que justement, Herman et Chomsky se contentaient de juxtaposer des éléments d'analyse sans toutefois montrer dans quelle mesure ceux-ci étaient liés les uns avec les autres. Or, justement, Vincent Mosco nous invite à aller plus loin que la simple constatation. Je le cite à travers ma propre traduction de l'anglais : « repenser l'économie politique implique de reconnaître que, quoique importantes, la taille des entreprises et la concentration ne sont que des points de départ pour comprendre la transformation de l'industrie des communications. La restructuration globale permet d'adopter de nombreuses stratégies afin d'étendre son contrôle, de la forme du conglomérat aux alternatives plus flexibles » (1996, p.198).

## De la concentration à la production

Essayons donc d'aller plus loin. Quelles sont les éventuelles conséquences de cette concentration sur l'évolution de la production éditoriale, notamment en termes de produits informationnels et culturels ? Telle est la question que nous allons maintenant nous poser. Rappelons tout d'abord que cette question a été déjà posée à maintes reprises, notamment par rapport à des préoccupations concernant le pluralisme de l'information et la démocratie au Canada (Davey, 1970 ; Kent 1980 ; Sauvageau-Caplan, 1986). De façon générale, les positions adoptées furent plutôt critiques par rapport à la concentration, mais elles n'allèrent néanmoins pas très loin dans cette critique. On ne vit pas par exemple de remise en cause des processus d'industrialisation et de marchandisation des industries de la culture, de l'information et de la communication. Certes, l'équipe dirigée par Florian Sauvageau et Gerald Caplan appelait à continuer d'accorder un rôle important à l'organisme de radiodiffusion publique, la Société Radio-Canada (SRC) mais ils entérinaient par ailleurs le virage libéral pris pendant les années 80 à commencer par la place prise par le secteur privé en matière de production, une production pourtant amenée à être largement financée par un autre organisme public, lui en plein développement, Téléfilm Canada. Nous étions alors en plein renforcement du processus d'industrialisation et de marchandisation du secteur qui nous intéresse et pourtant ceux-ci n'ont jamais été ouvertement remis en question. J'y reviendrai.

Malgré les nombreux travaux effectués, notamment sur commande politique, dans l'état actuel des connaissances, comme le dit Armande Saint-Jean, « il n'est guère possible de trancher en faveur [des] tenants des bienfaits de la concentration et les critiques qui en soulignent les aspects négatifs, dans la mesure où l'on ne possède encore aucune preuve irréfutable quant à la préséance de l'une ou de l'autre » (Québec, 2004, pp.17-18). Il est vrai que les situations à analyser sont d'autant plus complexes que « de la prise de contrôle financier à la production de la culture et à celle de l'information, interviennent toute une série de médiations qu'on ne saurait *a priori* passer sous silence » comme l'écrit Bernard Miège (2003, p.1).

Alors, pour aller au-delà de ces quelques éléments, on peut commencer par rappeler à l'instar de Werner Meier que l'augmentation de la taille des groupes se fait essentiellement par achat/fusion et non pas par taux de croissance naturel (2005, p.26). Philippe Bouquillion précise à ce sujet que les modalités peuvent varier, le financement des opérations de croissance externe pouvant reposer sur des opérations sur le capital (émission ou échanges d'actions) ; sur de l'endettement ou sur de l'autofinancement. Ces stratégies peuvent d'ailleurs être employées de façon complémentaire l'une de l'autre. Il en résulte selon Christian Pradié quatre types d'entreprises : (1) les firmes au type de contrôle mutualiste, les statuts correspondant à des fondations, des coopératives ou des sociétés civiles de rédacteurs ; (2) les sociétés qui relèvent de la propriété exclusive d'entrepreneurs dits familiaux et qui ne sont donc pas obligées de rémunérer des capitaux procurés par des tiers ; (3) celles dont une partie des fonds propres provient de l'ouverture du capital aux financements des marchés financiers, la plupart du temps lors d'une augmentation de capital de la firme et de l'introduction de la cotation de ses actions en bourse mais où il demeure un contrôle familial relatif ; (4) et enfin celles où le contrôle est dit managérial en l'absence de bloc propriétaire dominant. Dans ce dernier cas de figure, Christian Pradié affirme que « la gestion d'activités communicationnelles se trouve ainsi liée à l'obligation d'un objectif de rendement situé aujourd'hui autour de 15% par an du montant des fonds propres » (Pradié, 2005, p.87).

Toutefois, Philippe Bouquillion attire notre attention sur l'importance de ne pas adopter une position trop déterministe car il importe de distinguer la concentration du capital où il est question de la réduction du nombre de centres de décision indépendants et l'éventuelle concentration industrielle qui existe seulement à partir du moment où la concentration du capital conduit à de réelles synergies industrielles en termes de production, de diffusion et de valorisation. D'ailleurs, il peut même y avoir des situations où le contrôle du management et la propriété de la société (conférée par la détention de l'action) sont déconnectés. De plus, il apparaît pertinent de distinguer les stratégies et les tactiques qui sont guidées par des objectifs essentiellement financiers à court terme des logiques industrielles dont la prégnance se fait sentir à plus long terme (Bouquillion, 2005, p.114). Philippe Bouquillion estime ainsi qu'un nombre important d'opérations constituent avant tout des « coups » financiers et reposent sur une logique de court terme d'opportunités d'acquisitions. Les acteurs financiers y ont intérêt car ils y voient des opportunités d'augmentation de leurs résultats, éventuellement aussi des possibilités d'orientation des choix stratégiques des entreprises. Les managers s'estiment pour leur part plus aptes à assurer la mainmise sur les conseils d'administration à partir du moment où l'actionnariat est éclaté. Toutefois, il peut y avoir contradiction entre logiques financières et industrielles. Ainsi, des opérations de fusion peuvent impliquer des situations d'endettement considérables. De plus, les opérations capitalistiques n'aboutissent pas forcément à une amélioration des conditions d'exploitation, notamment parce que les activités concernées sont trop éloignées les unes des autres. En conséquence, Philippe Bouquillion estime que « plutôt que de se diversifier dans différents domaines, nombre de groupes se recentrent sur un ou deux domaines suffisamment cohérents, pour qu'à l'intérieur de chacun d'eux, des synergies industrielles puissent exister. Ces domaines correspondent à des "filiales", c'est-à-dire à des ensembles amont/aval homogènes permettant la création, la production, la diffusion et la valorisation d'un même ensemble de produits » (2005, p.125-126).

Philippe Bouquillion met plutôt l'accent sur les « pouvoirs de marché ». Il écrit à ce sujet que « le rôle structurant des pôles et des groupes de communication réside essentiellement dans la capacité qu'ils offrent de développer des synergies d'activité, que l'on peut nommer également "pouvoirs de marché". Les pôles et les groupes fonctionnent alors comme des organisateurs de la rareté et comme des instances d'acquisition de positions dominantes. Les pouvoirs de marché confèrent des avantages concurrentiels considérables. La "concurrence" est faussée, c'est-à-dire que les conditions d'activité des différents pôles et groupes sont très différentes selon les pouvoirs de marché dont ils disposent. Ces avantages peuvent être soit liés à la taille des pôles, soit à leur contrôle de l'aval des filiales » (Bouquillion, 2005, p.133). Les stratégies d'intégration verticale et de diversification horizontale permettent de réaliser d'importantes économies d'échelle, par exemple en effectuant des licenciements et en assurant la circulation des ressources à l'intérieur du pôle afin de « concentrer la réalisation de la valeur ajoutée au niveau de la filiale le plus intéressant pour le pôle » (2005, p.134). Par ailleurs, des pôles peuvent utiliser leurs positions de domination dans une filiale pour investir dans une autre mais dans ce cas de figure, les synergies industrielles sont beaucoup plus difficiles à atteindre (2005, p.135).

Cette analyse rejoint celle de Robin Mansell qui s'interroge de son côté sur le retrait des recherches en économie politique à propos des nouveaux media. Ici, je traduis l'expression « new media » en anglais par « nouveaux médias » en français mais elle correspond plutôt à l'expression technologies de l'information et de la communication (TIC) d'après la définition que retient Robin Mansell elle-même. Elle constate que la tendance à l'œuvre dans les

recherches consiste plutôt à mettre l'accent sur l'abondance et la variété des produits et des services liés aux TIC. Mais cela ne signifie pas pour autant que la notion de « rareté » est devenue caduque. L'emploi du copyright, le contrôle de l'accès au contenu, la promotion de l'obsolescence de la création et la vente des audiences permettent de créer de la rareté là où il pourrait en effet y avoir abondance, explique-t-elle (Mansell Robin, 2004, p.98)). Certes, il y a des pratiques de résistance non négligeable. En témoignent par exemple le développement à l'échelle internationale d'Indymedia. Mais Robin Mansell ajoute qu'en 2003, les dix sites web les plus visités en Grande-Bretagne étaient tous possédés par un petit nombre de propriétaires qui correspondaient en fait à des conglomerats présents dans les secteurs des médias, des télécommunications et de l'informatique. Je poursuis en traduisant les propos de Robin Mansell « Ceci témoigne qu'à une époque où les formes des nouveaux médias ont le potentiel pour rompre avec la structure des vieux médias et des marchés traditionnels, il y a des signes de concentration du côté de l'offre industrielle » (2004, p. 99).

Nous voici donc munis de quelques pistes de réflexion, par exemple autour de la création de la rareté liée aux situations de plus ou moins grande concurrence. En termes de mutations, Bernard Miège et Claire Morisset proposent aussi de tenir compte du fait que nous sommes peut-être en train de vivre des changements majeurs qui modifieraient les règles de fonctionnement traditionnelles au sein des industries culturelles, notamment à propos de la dialectique du tube et le catalogue. Dorénavant, « le profit serait de plus en plus recherché titre par titre, et non pas sur la production d'ensemble de catalogues » (Morisset et Miège, 2005, p.162). Ce qui renverrait à l'hypothèse d'un lien fort entre financiarisation du secteur et production au sein de celui-ci. Toutefois, comment établir un lien de causalité entre la concentration des industries de la culture, de l'information et de la communication et évolution du processus de production ?

### **La causalité en question**

On peut par exemple se demander si d'autres tendances, à commencer par le renforcement des processus d'industrialisation et de marchandisation, n'ont pas une influence plus grande sur les stratégies des entreprises que la concentration elle-même. Prenons en guise d'illustration un cas souvent dénoncé, la circularité de l'information selon laquelle les produits informationnels et culturels sont fabriqués les uns par rapport aux autres. On peut penser à la fois aux nouvelles qui s'avèrent omniprésentes sur une plus ou moins longue période de temps de média en média et aux déclinaisons d'un succès de cinéma, en série télévisée, en jeu vidéo et autres produits dérivés. Or, il n'y a nul besoin de liens capitalistiques entre deux médias pour que ce phénomène de circularité se développe. La simple création d'alliances suffit. C'est par exemple le cas au Canada entre le quotidien du groupe Gesca *La Presse* et l'organisme de radiodiffusion public, la Société Radio Canada (SRC) dont les rédactions collaborent à divers titres. Les ententes tacites entre entreprises sont d'ailleurs d'autant plus probables que la taille d'un marché est faible et que le nombre d'acteurs présents sur celui-ci est également peu élevé. Le Canada illustre fort bien cette situation avec une population de 32 millions d'habitants séparés en deux groupes linguistiques principaux (sans compter les langues autochtones).

Cette question du rapport de causalité constitue un débat épistémologique ancien et on la retrouve à bien des titres dans les recherches académiques (voir à ce sujet Pires, 1993). Récemment, je lisais un article de Nicolas Péliissier qui remettait en cause avec plusieurs

collègues l'idée selon laquelle les TIC incarnées dorénavant par le réseau Internet seraient à l'origine de mutations importantes au sein des industries de l'information. Il proposait plutôt de considérer que le déploiement des TIC au sein des entreprises a favorisé certaines tendances déjà à l'œuvre dans le cadre de l'industrialisation et de la marchandisation de l'information, qu'il s'agisse de l'alourdissement des tâches des journalistes, du travail de bureau croissant allant de pair avec moins d'enquêtes sur le terrain ou de la frontière de plus en plus floue de l'information avec le divertissement, la publicité et les relations publiques.

Se posant la question à savoir si l'information en ligne constituait un nouveau paradigme pour le journalisme, Nicolas Pelissier a conclu avec ses collègues que l'ensemble des études tendaient à converger vers l'affirmation d'une continuité entre les phénomènes observés dans les années 1970-1980 – autour de l'automatisation accrue de la production et de la mise en place d'un continuum informatique dans les rédactions, de la diversification des activités des entreprises de presse vers des prestations en relations publiques, du croisement des territoires professionnels des métiers du journalisme et de la communication, de la montée en puissance des services de marketing-publicité dans les organisations médiatiques, de l'assouplissement des statuts professionnels, de l'émergence du télé-travail en réseau et de la déterritorialisation de la production – avec les mutations enregistrées depuis la « mise en ligne » des informations et l'apparition d'internet dans les rédactions, en Amérique du Nord puis en Europe. « Ce résultat conduit à relativiser les mots d'ordre relatifs à la "révolution numérique" des rédactions et à l'émergence d'un nouveau paradigme autour de la notion de "cyberjournalisme" » écrit-il. Les liens de causalité, ici entre le développement du réseau Internet et les mutations des activités journalistiques, méritent donc d'être étudiés avec précision, les illustrations mentionnées précédemment montrant par ailleurs tout l'intérêt de s'intéresser au temps long.

En conséquence, mieux vaut aborder des tendances comme la concentration de la propriété et le déploiement des TIC comme deux facteurs parmi d'autres, à commencer par les processus d'industrialisation et de marchandisation, susceptibles d'influencer les modalités de production au sein des industries de la culture, de l'information et de la communication. Or, justement, la plupart des travaux effectués auparavant n'ont guère essayé de distinguer ces différents facteurs. Prenons deux exemples. Premièrement, Christian Pradié nous invite à tenir compte du fait que l'influence de la financiarisation sur la production, notamment informationnelle, est déjà relativement ancienne et qu'elle constitue une variable explicative forte. Mais il écrit dans son texte que « la financiarisation de la presse périodique au cours de la première moitié du XIX<sup>ème</sup> siècle [s'est combinée] rapidement avec d'autres évolutions. Cette progression du journal vers un statut de valeur de placement financier pour l'épargnant [a été] liée aux facteurs de développement de la place de la publicité commerciale dans son économie » (Pradié, 2002, p.3, n.p.). Là, une ambiguïté apparaît car l'emploi du verbe « combiner » semble donner un sens un peu différent de celui qui est employé dans le résumé du texte « conditionne ». Alors, la financiarisation des entreprises de presse conditionne-t-elle le recours de plus en plus important à la publicité commerciale ou est-elle combinée à celui-ci ? Comme on le voit, cette question renvoie à l'interrogation beaucoup plus générale en sciences au sujet des rapports de causalité. Deuxième exemple : Enrique Bustamante écrit (2004) que nous sommes confrontés au développement d'une culture du *blockbuster* symbolisée par le renforcement de la standardisation de la production, ce qui menacerait la créativité innovante, minoritaire, ainsi que les entreprises de taille petite ou moyenne. Il ajoute à propos de créativité que les stratégies des grands conglomerats semblent s'orienter vers la fabrication de contenus capables d'être formatés pour toute plateforme technologique, tout

système de support ou de distribution. On serait alors selon lui à l'opposé de ce que permettent les technologies numériques en termes de démocratisation de la création et de l'expression en réduisant les coûts de création de contenu et des services. Mais quand il s'agit de savoir quelles sont les causes des mutations qu'il aborde, il renvoie à la fois à la concentration et à la commercialisation sans distinguer ces deux variables.

Or, justement, il nous semble que si dans les débats publics, il est souvent question de concentration, les processus d'industrialisation et de marchandisation sont de leur côté peu discutés. Certes, la marchandisation de l'information et de la culture va parfois être remise en cause mais celle-ci a lieu surtout dans certains cercles militants. Alors pourquoi cette remise en cause n'est-elle pas plus générale ? J'oserai ici formuler une autre hypothèse. D'un côté, la façon dont la concentration est abordée correspond le plus souvent à une simple critique réformiste qui pourrait par exemple aboutir à la reformulation (ou à la formulation) de nouvelles limites en matière de propriété. C'est d'ailleurs à travers ce genre de raisonnement que l'on a abouti aux États-Unis au cours de la deuxième moitié du 19<sup>e</sup> siècle à la mise en place des lois anti-trust. Mais de l'autre côté, la discussion sur les processus d'industrialisation et de marchandisation des produits informationnels et culturels ne serait-elle pas susceptible de remettre en cause les liens même entre développement du secteur de la culture, de l'information et des communications et capitalisme, voire de remettre en cause l'extension même du capitalisme, ce dernier se déployant toujours plus à partir de la recherche permanente de nouveaux espaces susceptibles de contribuer à la mise en valeur du capital ?

## Références bibliographiques

Adorno Theodor et Max Horkheimer, 1983, *La dialectique de la Raison : fragments philosophiques*, Paris : Gallimard. Première édition : 1944.

Bagdikian Ben H., 1990, *The Media Monopoly*, Boston : Beacon Press, 1990.

Bolaño Cesar, 1995, *Economia Política das Telecomunicações, da Informação e da Comunicação*, São Paulo : Intercom.

Bouquillion Philippe, 2005, « La constitution des pôles des industries de la culture et de la communication. Entre coups financiers et intégration de filières industrielles », *Réseaux*, vol. 23, no 131, pp. 111-144.

Bustamante Enrique, 2004, « Cultural industries in the Digital Age : some provisional conclusions », *Media, Culture and Society*, vol. 26, no 6, pp. 803-820.

Bustamante Enrique et Ramon Zallo, 1988, *Las industrias culturales en Espana*, Madrid : Akal.

Calabrese Andrew et Colin Sparks (ed.), 2004, *Toward a Political Economy of Culture. Capitalism and Communication in the Twenty-First Century*, Rowman and Littlefield Publishers.

Calabrese Andrew, 2004, « Toward a Political Economy of Culture. Capitalism and Communication in the Twenty-First Century », dans *Toward a Political Economy of Culture*, Andrew Calabrese et Colin Sparks (ed.), Rowman and Littlefield Publishers.

Dorland Michael (dir.), 1996, *The cultural industries in Canada : problems, policies and prospects*, Toronto : J. Lorimer & Co.

Flichy Patrice, 1991, *Les industries de l'imaginaire : pour une analyse économique des médias*, Grenoble : Presses universitaires de Grenoble, 2<sup>e</sup> édition (éd. originale en 1980).

Garnham Nicholas, 1990, *Capitalism and communication : global culture and the economics of information*, Londres : Sage.

Herman Edward S. et Noam Chomsky (1988), *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*, Pantheon Books, 1988.

Huet Armel, Jacques Ion, Alain Lefèbvre, Bernard Miège et René Péron, 1984, *Capitalisme et industries culturelles*, Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble (1<sup>e</sup> édition : 1978).

Lacroix Jean-Guy, 1997, « Autoroutes de l'information et transition vers le mode de régulation discuté-programmé », *Sciences de la société*, no 40, p.39-53.

Mansell Robin, 2004, « Political Economy, power and new media », *New Media and Society*, vol 6, no 1, p. 96-105. <http://nms.sagepub.com/cgi/reprint/6/1/96>.

Mastrini Guillermo et Cesar Bolaño (dir.), 1999, *Globalización y monopolios en la comunicación en América Latina. Hacia una economía política de la comunicación*, Buenos Aires : Biblos.

Meier Werner A., 2005, « Media concentration governance : une nouvelle plate-forme pour débattre des risques ? », *Réseaux*, vol. 23, no 131, pp.17-52.

Miège Bernard, 2004, « Considérations et propositions méthodologiques sur les mutations en cours dans les industries culturelles et informationnelles », intervention au séminaire de la Maison des Sciences de L'Homme (MSH) de Paris-Nord, janvier.

Miège Bernard, 2000, *Les industries du contenu face à l'ordre informationnel*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble

Miège Bernard, 1997, *La société conquise par la communication. Tome 2 La communication entre l'industrie et l'espace public*, Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble.

Miège Bernard, 1989, *La société conquise par la communication*, Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble.

Miège Bernard, Patrick Pajon et Jean-Michel Salaün, 1986, *L'industrialisation de l'audiovisuel. Des programmes pour les nouveaux médias*, Paris : Aubier.

Morisset Claire et Bernard Miège, 2005, « Les industries du contenu sur la scène médiatique », *Réseaux*, vol. 23, no 131, pp.145-185.

Mosco Vincent, 1996, *The Political Economy of Communication. Rethinking and Renewal*, Londres, Thousand Oaks, New Delhi, Sage

Pires Alvaro, 1993, « Recentrer l'analyse causale ? Visages de la causalité en sciences sociales et recherche qualitative », *Sociologie et Sociétés*, vol. 25, no 2, pp. 191-209. [http://classiques.uqac.ca/contemporains/pires\\_alvaro/recentrer\\_analyse\\_causale/recentrer\\_analyse\\_causale.html](http://classiques.uqac.ca/contemporains/pires_alvaro/recentrer_analyse_causale/recentrer_analyse_causale.html).

Pélissier Nicolas et alii. (Denis Ruellan, Pascal Fortin, Florence le Cam, François Demers, Béatrice Damian-Gaillard, Franck Rebillard, Dominique Augey, Anne-Lise Touboul, Cécile Dolbeau, Roselyne Ringoot, Valérie Jeanne, Valérie Cavelier, Daniel Thierry, Ghislaine Chabert, Bénédicte Toullec et Jean-Michel Utard), 2002, « L'information en-ligne : un nouveau paradigme pour la médiation journalistique ? », *ArchivesSIC*,  
[http://archivesic.ccsd.cnrs.fr/index.php?halsid=130c00012d75d4199ec0744ac05626dc&view\\_this\\_doc=sic\\_00000145&version=1](http://archivesic.ccsd.cnrs.fr/index.php?halsid=130c00012d75d4199ec0744ac05626dc&view_this_doc=sic_00000145&version=1).

Pradié Christian, 2002, « Industrie culturelle et marchés financiers : les mutations de l'entreprise de presse au XIX<sup>ème</sup> siècle », dans Actes du 13<sup>e</sup> Congrès national de la Société française des sciences de l'information et de la communication, Marseille, 5-7 octobre 2002.

*Sciences de la société*, 1997, no 40, février, Industries culturelles et « Société de l'information »

Tremblay Gaëtan, Jean-Guy Lacroix, avec la collaboration de Marc Ménard et Marie-Josée Régner, 1991, *Télévision : deuxième dynastie*, Sainte-Foy : Presses de l'Université du Québec.

Tremblay Gaëtan (dir.), 1990, *Les Industries de la culture et de la communication au Québec et au Canada*, Sillery : Presses de l'Université du Québec.

Winter James, 1997, *Democracy's Oxygen, How corporations control the News*, Montréal : Black Rose Books.