

Jean-Michel VALANTIN, *Hollywood, le Pentagone et Washington. Les trois acteurs d'une stratégie globale*

Paris, Éd. Autrement, coll. Frontières, 2003, 207 p.

Gérald Arboit



Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/questionsdecommunication/7165>

DOI : [10.4000/questionsdecommunication.7165](https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.7165)

ISSN : 2259-8901

Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée

Date de publication : 1 juillet 2004

ISBN : 978-2-86480-838-1

ISSN : 1633-5961

Référence électronique

Gérald Arboit, « Jean-Michel VALANTIN, *Hollywood, le Pentagone et Washington. Les trois acteurs d'une stratégie globale* », *Questions de communication* [En ligne], 5 | 2004, mis en ligne le 19 juillet 2013, consulté le 01 janvier 2023. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/7165> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.7165>



Creative Commons - Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International
- CC BY-NC-ND 4.0

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

En outre, elle présente le comportement des journalistes ainsi que les influences et actions perpétrées par les trois principaux acteurs de la politique russe : l'État centralisé à Moscou (pp. 91-146), les grands groupes financiers et économiques (oligarchie) et les complexes régionaux (administrations, entreprises économiques, pp. 47-184). La comparaison avec les anciennes démocraties socialistes démontre que le processus de transformation des systèmes politique et économique prendra plus de temps en Russie qu'ailleurs. La raison en est la prégnance des anciennes élites qui n'avaient pas été balayées par des révolutions pacifiques, ni remplacées par de nouvelles contre élites performantes. De surcroît, les déficits de la société civile se manifestent par une culture politique sous-développée, la faiblesse des partis et des organisations syndicales, et la timide participation de la population. Entre temps, les élections ont plus servi l'acclamation plébiscitaire que la légitimation démocratique, gênant ainsi gravement le développement de la société civile.

Après 1991, des journaux, des stations de radio et plusieurs journalistes ont tenté de défendre les libertés de la presse contre l'autoritarisme étatique naissant de Boris Eltsine et, plus tard, contre l'oligarchie financière et industrielle post-soviétique. Pendant une longue période, des chaînes de télévision comme NTV, ou des journaux comme *Obstchaja gazeta*, *Segodna* ou *Novaja Gazeta*, ont servi de moyen de communication à des hommes politiques dans l'opposition ou à l'intelligentsia. Ces activités ne bénéficiaient d'aucun appui durable dans la population et ne suffisaient pas – en termes de pouvoir – à empêcher la secousse autoritaire qui est intervenue après 1992. À partir de cette date, les réformateurs ne se sont plus occupés de démocratisation, mais de la sauvegarde de niches libérales, à l'intérieur d'un système autoritaire qui se renforçait.

Pourtant, dès la fin des années 80, une partie de la presse a pu pratiquer un journalisme relativement indépendant. Parmi l'ensemble des médias, ce fut surtout la télévision qui perdit l'autonomie qu'elle avait gagnée dès le renforcement de l'État, après la réélection de Boris Eltsine. Une tendance d'autant plus dommageable que la télévision constitue, à

côté de la radio, le média qui touche la majorité de la population. De nos jours, en Russie post-communiste, il s'agit moins de mettre en place une politique des médias allant dans le sens d'une société démocratique et pluraliste, que d'appliquer un système de gouvernance favorisant certains intérêts.

L'ouvrage de Ljuba Trautmann se distingue de nombreux autres travaux consacrés aux médias russes : il ne fournit pas seulement une excellente analyse qualitative et quantitative de la presse, mais de l'ensemble du paysage médiatique – la radio, la télévision et l'internet. En outre, il est attentif à l'évolution des médias au niveau régional. Malgré quelques répétitions, cette recherche comporte une multitude de résultats pertinents, ce qui permet de la classer parmi les « incontournables » pour tous ceux qui s'intéressent au paysage médiatique contemporain en Russie.

Barbara Duttenhöfer

*Lehrstuhl für Kultur und Mediengeschichte
Universität des Saarlandes*

Jean-Michel VALANTIN, *Hollywood, le Pentagone et Washington. Les trois acteurs d'une stratégie globale.*

Paris, Éd. Autrement, coll. Frontières, 2003, 207 p.

C'est un livre qui, sans aucun doute, a fait beaucoup de bruit depuis l'automne 2003. Avec son titre, il semblait vouloir répondre à la question de la compromission, plus que de l'entente, du cinéma et de l'establishment américains. Dans le contexte d'américanophobie française ambiante, le livre tranche par son ton apparemment informé de la société américaine. Réfutant la propagande, explication trop facile des accointances de l'entertainment avec la Maison-Blanche et le Pentagone, Jean-Michel Valantin échafaude un concept de « cinéma de sécurité nationale ». Il repose sur le consensus inhérent à la société américaine que sont ses mythes fondateurs : la « Frontière », la « Cité sur la colline » et la « destinée manifeste » ont fait les beaux jours du western ; la menace est à l'origine des films policiers, d'espionnage et de science-fiction. Après le « complexe militaro-industriel », ce docteur en études stratégiques et sociologie de la défense, spécialiste de la stratégie américaine et cher-

cheur au Centre interdisciplinaire de recherches sur la paix et d'études stratégiques (CIRPES) dirigé par Alain Joxe à l'École des hautes études en sciences sociales, entend faire émerger le « complexe militaro-cinématographique ».

À l'appui de sa thèse, l'auteur propose une importante analyse de films qui vont de la comédie romantique des années 40 aux incontournables *blockbusters* de la dernière décennie, en passant par les inévitables westerns et les films de science-fiction. La tentation du catalogue est grande et, trop souvent, l'auteur cherche à légitimer sa thèse dans ces fictions cherchant à coller à une dramaturgie offerte par l'actualité. Par ailleurs, il néglige la télévision où, du *JAG* à *Espions d'État*, en passant par *Stargate SG-1* et *Band of Brothers*, nombre de séries sont financées par le Pentagone. Sans parler du concept de télé-réalité appliqué aux questions de défense, avec *Profiles From the Front Line*, sur l'intervention de l'armée américaine en Afghanistan, aux Philippines, en Amérique centrale et dans d'autres points chauds. La relative faiblesse du travail de Jean-Michel Valentin apparaît ici. À trop vouloir démontrer la validité de son concept de « cinéma de sécurité nationale », il accumule les références les plus communes. Jamais, à l'exception de l'épisode de 1942, il ne fait mention de la politique de communication de la communauté de défense américaine. Le *Committee on Public Information*, présidé par le journaliste George Creel et auquel Charles Chaplin prêta son concours, l'*Office of War Information*, dont il signale pourtant les participants, et le *Film Liaison Office*, installé en 1952 à Los Angeles lui sont inconnus. Si cela avait été, peut-être aurait-il pu éviter de convoquer *Independance Day*, pour soutenir la revanche de l'*Air Force* sur les autres armées, ou d'affirmer que « la *Navy* est l'armée démocratique par excellence, car jamais un coup d'État ne peut avoir lieu sur mer » (p. 20) ; dans un cas, il magnifie un film qui n'a pas eu l'agrément du Pentagone, dans l'autre, il écarte un classique qui l'avait obtenu. Par ailleurs, il néglige les hommes, scénaristes, metteurs en scène et producteurs, voire acteurs. Jerry Bruckheimer fait aujourd'hui partie de ces *happy few* que chérit le Pentagone, comme l'avait été Darryl

Zanuck dans les années 60. C'est à ce niveau que se décident les films et les connivences avec le Pentagone. Les cinéastes ont besoin de matériel militaire pour leurs films, et l'armée leur en donne l'opportunité, moyennant quelques retouches au scénario dans un sens plus favorable aux armées. C'est une pratique aussi vieille qu'Hollywood, depuis *Wings* en 1927, en passant par *Le Jour le plus long* en 1962, jusqu'à *La chute du Faucon noir* en 2001. On entre dans le processus de communication des armées, cœur du sujet que voulait aborder Jean-Michel Valentin. Il n'y consacre que quelques lignes (p. 19), et encore pour le rendre anecdotique, illustrant son propos d'une référence au clip du groupe Village People, *In the Navy*. Il ne parle pas plus de l'aspect économique qui lie le gouvernement américain et son industrie du cinéma.

Malheureusement, l'auteur commet quelques erreurs, comme lorsqu'il fait de Rupert Murdoch « le fondateur et P-DG de CNN » (p. 101). Pour finir, on notera l'absence, dans la biographie, de l'étude récente de l'historien militaire, Lawrence D. Suid, *Guts and Glory : The Making of the American Military Image in Film* (University Press of Kentucky, 2002). L'auteur y présente l'étroitesse des liens unissant Hollywood et le Pentagone depuis les origines du cinéma, ou tout au moins 1915, avec *Naissance d'une nation* de D.W. Griffith, étrangement absent de la revue de Jean-Michel Valentin.

Gérald Arboit
CÉRIME, Strasbourg 3

Christiane VOLANT, *Le management de l'information dans l'entreprise : vers une vision systémique.*

Paris, ADBS, coll. Sciences de l'information, série Études et techniques, 2002, 106 p.

Parce qu'elle est à la base de toute prise de décision, l'information joue un rôle stratégique dans la vie des entreprises et des organisations. Dans une société où l'information prolifère, la capacité à la sélectionner et la traiter de manière adéquate est déterminante et c'est cette capacité qui est une ressource rare (p. 53). Dans son ouvrage, issu d'un travail d'habilitation à diriger les recherches, Christiane Volant propose un modèle