

L'apport des *cultural studies* à l'étude des instances de production professionnalisée de la culture

Une première version de cet article a fait l'objet d'une présentation orale à l'occasion du colloque "Les Cultural Studies dans le monde francophone" dans le cadre de l'ACFAS (mai 2007, Université du Québec à Trois-Rivières). Mis en ligne le 7 juillet 2008.

Damien Charrieras

Damien Charrieras est candidat au doctorat conjoint en communication de l'Université de Montréal sous la direction de Claude Martin et au doctorat en études cinématographiques et audiovisuelles de l'Université Paris III-Sorbonne Nouvelle sous la direction de Laurent Creton. Diplômé de l'Institut d'Études Politiques de Lyon (section économique et financière) et de l'Institut Français de Presse, il a été chercheur assistant à l'Institut National de l'Audiovisuel, au Centre National de la Cinématographie (Paris), chercheur invité à Brown University (Rhode Island) et chargé de cours à l'Université de Montréal. Il travaille actuellement comme assistant de recherche à l'Université de Montréal ainsi qu'à l'Institut National de la Recherche Scientifique, section Urbanisation Culture et Sociétés (Montréal). Il termine une thèse sur le discours des travailleurs des secteurs multimédia.

Plan

Cultural studies vs. Économie politique de la communication

Place de l'étude de la production dans le champ de la communication : le débat *cultural studies* vs. économie politique de la communication

Des développements récents en économie politique de la communication

L'étude des espaces de production culturelle : les apports méthodologiques des *cultural studies* poststructuralistes

Les *cultural studies* et l'étude des espaces de production : dépasser le réductionnisme économique

Contre le réductionnisme textuel ; réintroduire les problématiques institutionnelles, politiques et l'étude des enjeux économiques dans les *cultural studies* : l'exemple de *Global Hollywood*

Des outils pour mieux saisir les processus constitutifs et constituants d'espaces de production culturelle professionnalisée : le discours et la place dans *Screen Traffic*

Cultural scene : la productivité de la culture populaire

Conclusion : les espaces de production professionnalisés, une autre façon d'étudier la production.

Références bibliographiques

Depuis quelques années, au sein de l'ensemble des recherches en communication, nous assistons à un regain d'intérêt pour le pôle de la production (par opposition au pôle de la réception ou au pôle textuel). Certains commentateurs évoquent un possible *production turn* au sein des *cultural studies* où les approches en termes de *cultural economics* permettraient de dépasser les apories du débat *cultural studies* vs économie politique (Heuman 2003, p.133). L'essor des nouvelles technologies et les multiples discours portant sur l'innovation et la créativité renouvellent les approches cherchant à rendre compte des dynamiques des industries culturelles souvent relabellisées « industries créatives » (Hartley 2004). Ce nouvel intérêt porté à la production nous amène à évaluer la pertinence des contributions des *cultural studies* (plus particulièrement dans leur version poststructuraliste) en regard de l'étude de la production culturelle. Une mise au point est d'autant plus nécessaire au moment où l'étude de la production effectue un retour en force dans les études en communication à travers le concept d'industries créatives. Dans les années 80, les études ethnographiques réalisées dans le sillage des *cultural studies* n'ont pas toujours su réexploiter les apports méthodologiques spécifiques des *cultural studies*, basées principalement sur une étude des articulations du social et du culturel à partir de théories sémiologiques. De la même manière, nous observons que la vogue actuelle pour les industries créatives fait courir le risque d'oublier les avancées méthodologiques issues du débat entre *cultural studies* et économie politique de la communication. Les apports

spécifiques d'une reconceptualisation critique du marxisme par les courants poststructuralistes des *cultural studies* (et leur théorie du discours) sont négligés, ce qui peut amener à une chosification des industries créatives. Ces industries sont ainsi présentées comme mettant en œuvre de nouvelles techniques de gestion de la créativité, on s'attarde sur leur capacité d'innovation. Rares sont toutefois les travaux s'interrogeant sur la place que la représentation de ces mêmes industries occupe plus largement dans le social. Or il nous semble que l'approche poststructuraliste des *cultural studies* peut fournir des outils aidant à une meilleure compréhension de la relation entre les instances de production culturelle professionnalisée et plus largement leur contexte social et culturel.

Nous reviendrons dans un premier temps sur le débat entre *cultural studies* et économie politique de la communication. Nous essayerons ensuite d'illustrer l'intérêt d'utiliser les postulats théoriques des *cultural studies* à l'aune du poststructuralisme pour étudier les espaces de production professionnalisés de la culture. Nous identifierons en conclusion quelques implications méthodologiques d'une étude des lieux de production sous l'angle des *cultural studies* poststructuralistes.

Cultural studies vs. Économie politique de la communication

PLACE DE L'ÉTUDE DE LA PRODUCTION DANS LE CHAMP DE LA COMMUNICATION : LE DÉBAT CULTURAL STUDIES VS. ÉCONOMIE POLITIQUE DE LA COMMUNICATION

Le but de ces deux courants théoriques est de comprendre les interactions entre la culture et le social. Ces deux approches vont donc s'intéresser aux instances de production des artefacts culturels d'une période donnée, et aux artefacts eux-mêmes, dans leur dimension textuelle, au niveau de l'idéologie qu'ils induisent et/ou dans les usages, les interprétations dont ils font l'objet.

Depuis leur émergence, les *cultural studies* ont suscité de nombreuses controverses nées des différentes manières de conceptualiser et d'étudier la culture et la société. Nous pourrions proposer, en préambule, la définition générique des *cultural studies* donnée par Bennett comme recherche interdisciplinaire qui « s'attache à l'analyse des formes et activités culturelles dans le contexte des relations de pouvoir qui conditionne leur production, circulation, déploiement et, bien sûr, à leurs effets » (Bennett 1998:60). Chacun des courants issus de cette mouvance théorique a toutefois eu tendance à se concentrer sur un objet de recherche particulier. Pour les tenants de l'approche textuelle (Fiske 1987), il importait par exemple de comprendre comment les processus de pouvoir ou de construction identitaire étaient articulés dans les textes culturels issus des médias de masse. Le *lector in fabula* de ces textes culturels était supposé soumis à divers processus de subjectivation tout en disposant d'une marge interprétative. Contre cette tradition textuelle, un ensemble de chercheurs entreprit de faire une description ethnographique des publics, sans pour autant exagérer leurs pouvoirs d'interprétation face aux textes médiatiques (Morley 1988; Morley 1992; Ang 1993; Ang 1996). D'autres tendances, enfin, que nous examinerons plus tard, ont appelé à une meilleure prise en compte des conditions de production et des institutions (industrielles, sociales) de production de la culture.

Les spécialistes de l'économie politique de la communication – parfois en réaction aux approches culturalistes – s'intéressent à la manière dont se structure l'offre culturelle et aux mécanismes économiques et culturels régissant la production culturelle (Garnham and Inglis 1990, Chapitre 2). Il existe des approches plus proches de l'économie politique

combinant l'analyse de l'infrastructure économique médiatique et l'analyse des textes produits par cette même industrie (voir l'étude exemplaire de Gitlin 1983), ou étudient les industries culturelles dans leur ensemble sans se limiter à un paradigme (Hesmondhalgh 2002)¹. Néanmoins, les objets de recherche et les options théoriques de l'économie politique de la communication se sont pour partie définis en réaction aux approches culturalistes, amenant progressivement des évolutions au sein même des *cultural studies* (Grossberg 1995; Kellner 1995)². Pour certains tenants de l'économie politique de la communication, étudier les mécanismes de pouvoir en s'intéressant uniquement aux textes médiatiques, et non pas aux structures de l'appareil de production, ne peut mener qu'à une illusoire « démocratie sémiotique » et à la défense en creux d'un certain conservatisme politique : on serait libre d'interpréter de s'appropriier le texte médiatique quelles que soit notre position sociale, notre contexte culturel³.

Les termes de ce débat avaient parfois pour effet de transformer le camp adverse en homme de paille. La pertinence des *cultural studies* semblait se limiter à l'étude des usages, l'interprétation ou l'appropriation des artefacts culturels ou l'analyse des textes. L'Économie politique de la communication était cantonnée à l'étude de la production culturelle professionnelle, soit l'économie politique des industries culturelles souvent en rapport avec les notions d'espace public et de démocratie libérale. Toutefois, les développements récents dans ces deux courants amènent à une vision plus nuancée, et nous laisse entrevoir la potentialité d'une approche sensible aux contextes institutionnels de la production.

DES DÉVELOPPEMENTS RÉCENTS EN ÉCONOMIE POLITIQUE DE LA COMMUNICATION

À notre sens, le féroce débat académique entre économie politique de la communication et *cultural studies* a occasionné une partition des objets de recherche. Il a encouragé la tendance de l'économie politique de la communication à se concentrer sur les enjeux institutionnels et politiques, délaissant souvent l'étude des organisations médiatiques ou de production culturelle. Les *cultural studies* se sont quant à elles concentrées sur les phénomènes de réception et d'appropriation des publics ainsi que sur la force constitutive de la culture populaire. À notre sens, il en a parfois résulté une vision partielle des espaces de production professionnalisée de la culture.

Ces dernières années, des approches intégratrices ont proposé de combler cet angle mort des études en communication. Des recherches s'inscrivant plus spécifiquement dans l'économie politique ou l'étude des industries culturelles se centrent sur les aspects organisationnels des médias (Cottle 2003), réintègrent des thématiques propres aux *cultural studies* dans le champ d'intérêt d'étude en économie politique de la

.....

¹ Garnham lui-même prêtait plus grande attention au texte médiatique dans certaines de ses études. Garnham, Nicholas and Fred Inglis (1990). *Capitalism and communication : global culture and the economics of information*. London ; Newbury Park, Sage Publications.

² Notons ici que le tournant sémiotique en *cultural studies* et l'influence du poststructuralisme a rendu leurs méthodologies de recherche plus hermétiques aux chercheurs de l'économie politique de la communication (d'où parfois, en économie politique de la communication, un appel au retour des pères fondateurs de la discipline des *cultural studies*).

³ Nous verrons toutefois que cette critique de recherches centrées uniquement sur l'analyse textualiste des *cultural studies* provient aussi de certains chercheurs se revendiquant explicitement de l'héritage des *cultural studies*. Voir par exemple Miller, Toby, Nitin Govil, et al. (2001). *Global Hollywood*. London, British Film Institute., pp.13-16

communication (Calabrese and Sparks 2004), renouvellent l'approche en industries culturelles (Bouquillion and Combès 2007). Outre les recherches sur les industries culturelles qui avaient dès les années 80 mis en évidence la diversité de ces industries (Huet 1984), certaines de ces recherches s'inscrivent explicitement ou implicitement dans le sillage des travaux de Peterson, de DiMaggio (parfois nommées 'Production of culture perspective'). Exemple récent de cette tendance, Robin (2007) en étudiant les producteurs du livre, développe à partir des sciences de gestion une approche qui permet de saisir dans leur finesse les articulations entre les aspects macro-économiques et micro-économiques, tout en appelant à l'utilité de décrire les multiples acteurs composant les mondes de l'édition (trajectoire professionnelle, profil de formation et les aspects micro-économiques d'organisations culturelles, avec toutefois les limites y étant attachées, p.71), leurs représentations des conditions de production (au niveau du management et des outils technologiques de production), et le lien entre conditions de production et contenus (Robin 2007). Afin d'expliquer l'impact des conditions de production sur la qualité des productions, Robin propose une décomposition de la chaîne de valorisation des produits culturels suivant 50 indicateurs issus des sciences de gestion permet de relativiser l'impact de la financiarisation des industries culturelles sur les conditions de production (p.70). Cela permet d'observer que les évolutions au niveau du contenu s'expliquent mieux en termes de technologies de production qu'en termes de mouvements capitalistiques, et rappelle ainsi la pertinence d'une approche micro-économique des organisations culturelles (p.73). L'une des conclusions de l'étude est que l'évolution des techniques et des outils de gestion de production amènent aussi à une prolétarianisation des producteurs, parallèlement à l'augmentation de leur niveau de formation (p.73).

Cette analyse apparaît pertinente pour étudier la valorisation d'un produit culturel dans un contexte organisationnel spécifique et complète des approches en économie politique qui sont parfois considérées comme trop institutionnelles et pas assez micro. Corrélativement, il peut être malaisé d'utiliser ce type d'étude pour situer socialement et culturellement les produits des maisons d'édition étudiées. Parler de 'qualité de contenu' en soi et non relativement à un certain contexte social de valorisation fait courir le risque, au stade de l'interprétation, de conférer à des indicateurs de gestion de valorisation d'un produit valeur de jugement social ou esthétique normatif, quelle que soit la valeur bien réelle de ces mêmes indicateurs pour étudier le fonctionnement de l'organisation artistique⁴. Wolff remarquait au sujet des recherches effectuées dans la lignée de la production of culture perspective :

The typical methodology is to select for analysis a specific arts organization (an opera company, an art school, a gallery) and identify its social hierarchies, its decision-making processes, and, often, the aesthetic outcomes of these extra-aesthetic factors (though it is rare that questions of aesthetics are permitted in this discourse, or indeed any discussion of works themselves). (Wolff 1999, p.503)

Les études qui se placent à un niveau microsocial détachent souvent les institutions étudiées de leur contexte social et historique (est-ce là une conséquence logique de l'angle d'étude privilégié). Ainsi que Wolff le remarque, leur tendance à rechercher l'objectivation de leur objet d'étude rend difficiles des analyses relatives à la subjectivité, à l'interprétation et aux représentations. Si une recherche ne peut évidemment couvrir tous les angles d'approche d'un objet, il nous semble que des programmes de recherche actuels et

.....

⁴ On retrouve ici l'ontologie matérialiste de beaucoup de recherches en économie politique de la communication, une ontologie qui ne facilite pas l'étude des représentations et leurs effets constitutifs.

particulièrement dynamiques s'intéressant aux instances de production gagneraient à considérer l'apport potentiel des *cultural studies* s'il s'agit de comprendre les modes de constitution des représentations des acteurs du monde de l'édition et leurs effets.

Si nous voulions évaluer les mécanismes de valorisation (financière, esthétique, culturelle) d'un artefact culturel, nous ne pourrions faire l'économie d'une analyse des processus historiques, culturels, et sociaux informant ces mécanismes. À notre sens une telle analyse ne devrait pas se limiter aux instances de réception, mais aussi aux instances de production. Par exemple, comme l'avance Robin, les travailleurs d'une maison d'édition ont une certaine représentation des conditions de production, mais aussi une certaine représentation du produit que leur organisation conçoit. Ces représentations s'articulent à des éléments dépassant largement les frontières d'une entité de production. Il nous apparaît que les *cultural studies*, particulièrement dans leur version poststructuraliste qui accorde une primeur à l'étude des discours, peuvent amener une plus-value analytique dans l'étude des espaces de production professionnalisés, parallèlement aux apports des approches développées en économie politique de la communication (et en sociologie de la culture).

L'étude des espaces de production culturelle : les apports méthodologiques des *cultural studies* poststructuralistes

Nous allons examiner spécifiquement comment les *cultural studies* ont dès les années 90 opéré un retour vers les instances de production, tout en gardant les acquis de leur méthode d'étude des processus (sémiotiques) d'articulation entre le culturel et le social.

LES CULTURAL STUDIES ET L'ÉTUDE DES ESPACES DE PRODUCTION : DÉPASSER LE RÉDUCTIONNISME ÉCONOMIQUE

Dès 1980, Stuart Hall lui-même écrivait que les théories structuralistes et culturalistes avaient négligé l'étude économique de la production culturelle et idéologique. Il observait un retour des *cultural studies* aux instances de production culturelle :

A second development is the attempt to return to the terms of a more classical 'political economy' of culture. This position argues that the concentration on the cultural and ideological aspects has been wildly over-done. It would restore the older terms of 'base/superstructure', finding, in the last-instance determination of the cultural-ideological by the economic, that hierarchy of determinations which both alternatives appear to lack. This position insists that the economic processes and structures of cultural production are more significant than their cultural-ideological aspect: and that these are quite adequately caught in the more classical terminology of profit, exploitation, surplus-value and the analysis of culture as commodity. It retains a notion of ideology as 'false consciousness'. (Hall 1980, pp.70-71)

Dans son article, Stuart Hall note que les outils théoriques de l'économie politique amène à une concentration sur la notion de marchandise. L'économie politique va surtout s'intéresser aux instances de production sous l'angle de la marchandise : les instances de production comme ensemble de mécanismes qui conditionnent la marchandise destinée à être vendue sur un marché. Ainsi, l'économie politique de la communication peut amener à traduire la spécificité des effets culturels et idéologiques en facteurs économiques objectivés, alors même que la spécificité de la marchandise culturelle est dans la multiplicité des effets qu'elle occasionne, par delà la conceptualisation de sa valeur d'échange et sa valeur d'usage par la théorie marxiste (Hall 1980, p.71).

Stuart Hall regrette le réductionnisme économique de cette approche au niveau de la marchandise, de sa distribution et de sa réception. Nous regrettons pour notre part le réductionnisme de l'approche en économie politique de la communication dépeinte par Stuart Hall du point de vue des instances de production. Il peut apparaître réducteur de considérer les instances de production culturelles et idéologiques uniquement comme ensemble concourant à la production de marchandises. Les instances de production sont bien plus que cela. Elles sont non seulement des espaces de consommation - et non pas seulement de production (Du Gay 1996) - mais aussi des espaces traversés par des idéologies et des imaginaires d'autant plus prégnants que la marchandise produite est culturelle et que s'y attachent donc des valeurs sociales spécifiques. Ces idéologies et ces imaginaires peuvent être performatifs, influencer sur l'économie réelle de la filière de production considérée. Il faut donc être sensible à l'étude de la spécificité des effets du culturel non seulement au niveau de la marchandise et de sa circulation, mais aussi au niveau de l'espace de production. Dans *Codage/décodage*, Stuart Hall affirmait que « [l]es professionnels des médias tirent "leurs sujets, leur manière de présenter l'information, leur agenda, les événements, leur personnel, les images de l'audience, plus généralement leurs "définitions de la situation" du contexte socio-culturel et du système politique dans lequel ils sont. Ils ne peuvent constituer un système fermé. » (Hall 1994, 1ère ed. 1973). C'est alors que nous pouvons être sensibles aux multiples effets spécifiques des « marchandises culturelles » au niveau des espaces de production. Ces « marchandises culturelles » sont à la fois des biens destinés à être vendus sur un marché, mais aussi un support pour l'identité professionnelle des travailleurs concourant à leur production, ou encore participent un imaginaire de pratiques créatives.

CONTRE LE RÉDUCTIONNISME TEXTUEL ; RÉINTRODUIRE LES PROBLÉMATIQUES INSTITUTIONNELLES, POLITIQUES ET L'ÉTUDE DES ENJEUX ÉCONOMIQUES DANS LES CULTURAL STUDIES : L'EXEMPLE DE GLOBAL HOLLYWOOD

Toby Miller est emblématique des retournements de conjonctures au sein des *cultural studies* : il a publié dans les années 90 un ouvrage qui proposait un nouveau modèle pour les études culturelles dans la lignée des recherches sur la gouvernementalité de Foucault (Miller 1993). Il a aussi publié des ouvrages sur les représentations culturelles véhiculées dans le sport. Éditeur de nombreuses anthologies sur les *cultural studies* dont il est un des représentants les plus en vue outre-Atlantique, il est aussi connu pour ses contributions dans le domaine de l'économie politique de la communication. Sa contribution à l'ouvrage collectif *Global Hollywood* est un bon antidote à la tentation de réduire l'apport des cultural studies aux analyses textuelles d'artéfacts de la culture populaire, ou à l'étude-célébration de communautés de fans de science fiction, délaissant l'étude des stratégies industrielles de grands groupes médiatiques. Dans l'introduction de *Global Hollywood*, Toby Miller déplore au sein des études filmiques la partition des objets de recherches occasionnées par les débats entre *cultural studies* et économie politique de la communication :

The theorisation of production and spectatorship relations between film and television, for instance, continues to be dogged by the separation of mass communication's interest in economics, technology and policy from film theory's preoccupation with aesthetics and cultural address, although attempts are underway to transform both sides of the divide (Hill and McLoone, n.d.). (Miller, Govil et al. 2001, p.13)

Toby Miller propose alors non plus de faire des études filmiques, mais de faire des études qui analysent le film, dans la pluralité de leurs dimensions et en employant une pluralité de

méthodes : analyse des politiques publiques, économie politique, ethnographie, utilisation des archives (Miller, Govil et al. 2001, p.13). Pour lui, l'utilisation concurrente des apports des *cultural studies* et de l'économie politique de la communication permet d'avoir une meilleure compréhension de l'objet filmique :

Perhaps the most significant innovation that we need - and it inspires this volume - comes from critical political economy and *cultural studies*. These areas have witnessed a radical historicisation of context, such that the analysis of textual properties and spectatorial processes must now be supplemented by an account of *occasionality* that details the conditions under which a text is made, circulated, received, interpreted and criticised. The life of any popular or praised film is a passage across space and time, a life remade again and again by institutions, discourses and practices of distribution and reception. Thus to understand texts, we must consider all the shifts and shocks that characterise their existence as cultural commodities, their ongoing renewal as the temporary 'property' of varied, productive workers and publics and the abiding 'property' of businesspeople. (Miller, Govil et al. 2001, pp.13-14)

Il défend l'utilité d'une étude institutionnelle de l'industrie hollywoodienne sensible à la circulation des artefacts culturels et qui viendrait compléter leur étude textuelle. Pour lui la globalisation des industries culturelles nous enjoint encore plus de contextualiser leur étude (p.16). Une radicale contextualisation des industries culturelles signifie aussi aller au-delà des artistes créatifs qui les composent (p.13), souvent privilégiés dans les recherches au détriment des organisations syndicales, des personnels d'encadrement technique. Il s'agit donc de porter plus attentions aux éléments institutionnels qui composent l'industrie :

Instead, we should acknowledge the policy, distributional, promotional and exhibitionary protocols of the screen at each site as much as their textual ones. Enough talk of 'economic reductionism' without also problematising 'textual reductionism'. Enough valorisation of close reading and armchair accounts of human interiority without ethical and political regard for the conditions of global cultural labour and the significance of work, texts and subjectivities within social movements and demographic cohorts. Enough denial of the role of government. Enough teaching classes on animation, for instance, without reference to effects work, content analysis and the international political economy that sees an episode of *The Simpsons* decrying globalisation when the programme has itself been made by non-union animators in South-East Asia. These issues - cultural labour, industry frameworks, audience experiences and cultural policy - should be integral. Institutions do not have to be arid areas of study, and the links to everyday life are real. (Miller, Govil et al. 2001, pp.14-15)

Pour Toby Miller, le Hollywood contemporain, au-delà de son esthétique particulière ou des effets performatifs d'une certaine mythologie, est plus prosaïquement un phénomène qui s'explique par une certaine division internationale du travail au sein de son appareil productif. Sans renier un ancrage théorique poststructuraliste (et une sensibilité aux questions de représentation, de discours), Toby Miller appelle les chercheurs en *cultural studies* à se préoccuper davantage de l'ancrage institutionnel, des multiples réseaux et de l'économie dans laquelle s'insèrent des artefacts culturels qu'ils étudient. Les implications méthodologiques d'une telle approche - qui vont au-delà de l'approche séquentielle en termes de circuit de la culture (Du Gay 1997) - sont particulièrement mises en évidence dans un ouvrage de Charles Acland s'intéressant aux discours sur le spectateur cinéma dans les années 80 au Canada.

DES OUTILS POUR MIEUX SAISIR LES PROCESSUS CONSTITUTIFS ET CONSTITUANTS D'ESPACES DE PRODUCTION CULTURELLE PROFESSIONNALISÉE : LE DISCOURS ET LA PLACE DANS SCREEN TRAFFIC

Dans la théorie marxiste, la base représente les facteurs économiques, les moyens de production, le travail. Tandis que la superstructure désigne le monde vécu (les relations sociales, les croyances, les pratiques, le système de valeur promu par les institutions scolaires, religieuses) (Wolfreys, 2002, p.803). Les post marxistes (y compris au sein des *cultural studies*) vont toutefois montrer qu'une telle démarcation entre base et superstructure est difficilement soutenable puisque les deux entités se recouvrent mutuellement. Ils vont préférer employer le concept de discours pour désigner l'ensemble formé par la base et la superstructure (Geras 1987). C'est donc aussi l'opposition base/superstructure, contenu/forme qui vacille. On ne recherche plus, derrière ce qui serait l'innombrable mensonge du manteau de la forme, une origine structurante (e.g. l'infrastructure économique chez Marx) expliquant en dernière instance toutes représentations.

Un exemple de cette perspective dans le champ des études en communication et en cinéma nous est fourni par *Screen Traffic* (Acland 2003). L'auteur Charles Acland y entreprend une description du discours institutionnel tenu entre 1984 et 1998 par l'industrie sur l'acte d'aller au cinéma (*cinemagoing*). Il cherche à décrire comment l'activité spectatorielle est imaginée au Canada durant cette période. Son optique théorique est le fruit des débats intervenus dans la mouvance des *cultural studies* au cours de ces vingt dernières années. En tant que chercheur, il lui semble difficile de procéder uniquement à une analyse textuelle d'un film pour y découvrir une structure idéologique ou aliénante sous-jacente. Suivant une tendance générale en études médiatiques d'inspiration postmodernes, il reconnaît que le sens d'un produit culturel est lié à son contexte discursif (textuel et extratextuel) de réception (voir notamment Grossberg 1992). Il se garde toutefois de limiter l'interprétation de la signification d'un produit culturel à l'interprétation du spectateur (comme tendaient à la faire certaines ethnographies de la réception).

So, while it is interesting to imagine what audiences make of films, there is no doubt that the political economy of Global Hollywood is the most significant force influencing meaning in the contemporary mainstream cultural environment. In other words, themes such as labour and technology, ownership, cultural appropriation and imperialism, cultural standardization and stereotyping, economies of scale, and minimization of risk, all remain at the centre of what creates value in film culture. (McCullough 2005, p.133)

Charles Acland nous offre ainsi un cadre théorique pour étudier toute la complexité des phénomènes de valorisation des films. Il décentre l'analyse des organisations culturelles ou commerciales.

Parallèlement, il veut essayer de dépasser une analyse purement institutionnelle et économique de la filière cinématographique où les facteurs économiques constitueraient les principaux objets d'étude. C'est le concept de *place* en tant que lieu particulier qui va lui permettre de faire le lien entre les différentes dimensions (matérielles et discursives) qu'il aborde au cours de sa recherche. La *place* représente un site de cristallisation de nombreux discours :

Acland asserts that films should no longer be understood apart from the discourses that provide their social and cultural context, and he strongly urges film scholars to consider the value of understanding their subject as something that is consumed, as much as it is produced. (McCullough 2005, p.133).

Outre l'histoire de l'institution cinématographique du Canada entre 1984 et 1998, *Screen Traffic* inclut une analyse des discours que l'industrie tient sur elle-même. Le discours est ici entendu au sens foucauldien de discours comme pratique. Ainsi, le discours de l'industrie cinématographique sur le spectateur s'énonce autant dans les textes à destination des spectateurs produits par l'industrie que dans l'architecture des nouveaux lieux de consommation des films (multiplexes puis mégaplexes). Ces discours institutionnels participent à la production de nouveaux lieux de consommation des films (les mégaplexes) et à la construction d'un spectateur international au Canada, figure discursive sur laquelle, suivant la thèse défendue par Charles Acland, repose l'économie de la filière de distribution canadienne. Nous voyons ici comment une étude des discours est indissociable d'une étude des structures économiques. La perspective méthodologique de Charles Acland lui permet de dialectiser ces deux dimensions des industries de la culture (à tel point que les thèmes qui ressortissent de la lecture de la deuxième partie de l'ouvrage - travail et technologies, propriété, impérialisme culturel, standardisation, économie d'échelle et minimisation du risque - ont fait dire à certains commentateurs que Charles Acland privilégie l'influence des stratégies industrielles au détriment des contextes de réception (McCullough 2005, p.133). Le concept de place permet ainsi d'aller au-delà de l'analyse filmique des textes pour s'intéresser aux multiples discours institutionnels sur le cinéma qui se cristallisent notamment dans certains espaces comme les mégaplexes qui constituent un point central dans la valorisation de l'économie de la filière. Ainsi, plutôt que de concentrer sa recherche sur une surdétermination de la réception par l'infrastructure économique, Charles Acland nous montre l'articulation des régimes de discours tenus sur le spectateur (discours passant par des textes, par l'architecture des mégaplexes) aux lieux spécifiques où est vécue l'expérience spectatorielle (les mégaplexes). L'étude du discours institutionnel permet ainsi de saisir les effets constitutifs de la dialectique entre réception et production.

Les recherches de Will Straw sur la scène montréalaise exemplifient bien la force constitutive de la culture populaire, ou comment la culture populaire informe les modes de fonctionnement de sociétés de production et le processus de constitution des représentations des professionnels y travaillant sans les abstraire de leur substrat social et culturel (voir aussi Negus 1992).

CULTURAL SCENE : LA PRODUCTIVITÉ DE LA CULTURE POPULAIRE

Will Straw est l'une des figures historiques du mouvement de l'étude de la culture populaire et des *cultural studies* en Amérique du Nord. Il emploie dans un sens très voisin de celui de *place* le concept de scène culturelle dans sa recherche sur la scène musicale montréalaise :

Scene designates particular clusters of social and cultural activity without specifying the nature of the boundaries which circumscribe them. Scenes may be distinguished according to their location (as in Montreal's St. Laurent scene), the genre of cultural production which gives them coherence (a musical style, for example, as in references to the electroclash scene) or the loosely defined social activity around which they take shape (as with urban outdoor chess-playing scenes). *Scene* invites us to map the territory of the city in new ways while, at the same time, designating

certain kinds of activity whose relationship to territory is not easily asserted. (How, for example, would one locate the Montreal Anglophone poetry scene on a map?) (...) A scene resists deciphering, in part, because it mobilizes local energies and moves these energies in multiple directions – onwards, to later reiterations of itself; outwards, to more formal sorts of social or entrepreneurial activity; upwards, to the broader coalescing of cultural energies within which collective identities takes shape. (Straw 2004, p.412)

Les scènes ne sont pas des réalités clairement délimitable ; elles tirent leur existence d'une multiplicité d'éléments sociaux, culturels et socioéconomiques :

Scenes emerge from the excesses of sociability that surround the pursuit of interests, or which fuel ongoing innovation and experimentation within the cultural life of cities. (Straw, 2005, p.412)

Si le concept de scène culturelle renvoie à une réalité mal délimitée, changeante, cela ne veut pas dire qu'elle n'est pas productive. Will Straw cherche à rendre compte de la productivité des scènes culturelles de Montréal :

(..) we might move from the question of how urban culture “produces” scenes to that of how the activities transpiring within scenes produce urban culture as a set of institutions and textures. (Straw 2004, pp.412-413)

Ainsi, il ne s'agit plus seulement, comme le propose Bennett, d'examiner les processus par lesquels la culture est séparée du social par la production d'assemblages culturels spécifiques (Bennett 2007, p.31). Il s'agit d'évaluer la productivité d'assemblages culturels spécifiques contribue à la production d'institutions sociales. Par exemple, la culture disco des années 70 dans les villes de la côte Est d'Amérique du Nord a amené les responsables de politiques culturelles à reconnaître l'importance de l'économie de la vie nocturne. Ici, la productivité et la persistance d'un mouvement culturel ouvrent la voie à une institutionnalisation ultérieure (Straw, 2005, p.419). Faire une analyse de la scène musicale montréalaise en partant des points d'application prédéfinis par les politiques culturelles peut amener à négliger des dimensions essentielles à sa compréhension (particulièrement dans le contexte actuel d'une véritable fétichisation des politiques publiques autour des notions de villes créatives). Ainsi, en débutant son analyse par la description de sous-cultures grâce au concept de scène culturelle, Will Straw nous permet de voir ce que la scène musicale montréalaise a produit (dans et au dehors du champ de la scène culturelle) grâce à des ressources diverses et variées (dans et au dehors de ce qui est défini comme champ d'intervention légitime des politiques culturelles). Will Straw nous explique que le projet Initiative Locale pour l'emploi des jeunes, lancé par le gouvernement canadien dans les années 70, a permis la mise en place d'un réseau de centres d'artistes géré par des jeunes payés par les subventions gouvernementales. Ce réseau contribua fortement à Montréal à l'épanouissement d'une scène musicale particulièrement féconde. Dès lors, nous voyons que le concept ouvert de scène culturelle apporte une plus-value analytique certaine et permet d'intégrer la pluralité des contextes institutionnels dans lesquels la scène culturelle montréalaise s'inscrit. Même si l'optique de Will Straw se garde d'aborder une approche *Top-Down* (en hypostasiant que les politiques publiques ou des industries culturelles produiraient la culture), sa perspective permet de prendre en compte ce qui est considéré comme le pôle de la production (les organisations capitalistes dédiées à la production et à la diffusion d'artéfacts culturels). Mais il les recontextualise dans leur ancrage social et culturel spécifique (voir Negus 1992 pour une approche similaire). Il va ainsi nous montrer comment la culture disco va favoriser le développement de petits producteurs qui vont amplifier sa diffusion.

Conclusion : les espaces de production professionnalisés, une autre façon d'étudier la production.

L'approche en termes de *cultural studies* considère la production culturelle constituée et constituant une multiplicité des sites du social. On ne peut circonscrire la production culturelle aux instances de production institutionnalisées ou professionnalisées de la culture. Loin de vouloir nier l'existence d'une production culturelle non professionnelle en dehors de ces espaces institutionnalisés ou professionnalisés de production de la culture, mettre en avant les instances de production institutionnalisées ou professionnalisées n'implique pas une position épistémologique de type économie politique où l'infrastructure, la production au sens industrielle prédétermine les relations entre classes sociales. Elle n'est pas non plus une concession à la récente vague d'intérêt pour les industries créatives – nous proposons de problématiser ce récent engouement. Il ne s'agira pas non plus d'entrer dans une étude organisationnelle ou de la culture organisationnelle de ces espaces de production, sans quoi nous retomberions dans les insuffisances de l'approche sociologique de Peterson. Tel que proposé par Charles Acland, le concept de *place* basé sur des approches discursives permet de saisir les multiples inscriptions institutionnelles des sites de production professionnalisés de la culture. Nous pourrions envisager l'application de ce concept de *place* à l'étude d'instances professionnelles de production culturelle (entreprises de jeux vidéo, organisations culturelles, sociétés de production, de distribution) largement intégrée dans des réseaux multiples et globalisés. Il nous aiderait à saisir les multiples éléments qui informent la constitution de ces espaces professionnels. Envisager les instances de production culturelles comme des *places* permet aussi de saisir leurs multiples effets constitutifs en tant qu'espaces et qui ne seraient qu'imparfaitement résumés par la valeur d'échange d'une marchandise. Par exemple, une entreprise de jeux vidéo ne produit pas seulement un jeu vidéo mais des carrières professionnelles, des cultures hybrides entre le monde de la consommation et celui de la production, des univers virtuels qui débordent le circuit économique (Kline, Dyer-Witheford et al. 2003). Comprendre les processus socioculturels constitutifs s'opérant au sein de ces instances implique de dépasser largement les frontières des organisations culturelles entendues comme espace localisé géographiquement. Dans ce cadre, les industries créatives ne correspondraient pas à un lieu géographique prédélimité par frontières organisationnelles et où s'originerait une culture de masse ; ces industries pourraient plus utilement être comparées à des espaces, produit d'interrelations fluides et dynamiques constituées à travers de multiples interactions (Massey 2005, p.9). Allouer une plus grande attention aux instances de production professionnalisées de la culture entendue au sens de sites, d'espaces (*place*) permettrait de restituer la complexité et la multiplicité des discours (institutionnels, sociaux, économiques) qui informent et articulent des modalités spécifiques de production culturelle professionnalisée.

Références bibliographiques

Acland, Charles R. (2003). *Screen traffic : movies, multiplexes, and global culture*. Durham, Duke University Press.

Ang, Ien (1993). "Culture et communication: pour une critique ethnographique de la consommation des médias." *HERMÈS: Cognition, Communication, Politique* 11-12: 73-94.

Ang, Ien (1996). *Ethnography and Radical Contextualism in Audience Studies. The Audience and Its Landscape*. J. Hay, L. Grossberg and E. Wartella. Boulder, CA, Westview Press: 247-262.

- Appadurai, Arjun (2001). *Après le colonialisme : les conséquences culturelles de la globalisation*. Paris, Payot.
- Bennett, Tony (2007). "The Work of Culture." *Cultural Sociology* **1**(1): 31-47.
- Bouquillion, Philippe and Yolande Combès (2007). *Les industries de la culture et de la communication en mutation*. Paris, l'Harmattan.
- Calabrese, Andrew and Colin Sparks (2004). *Toward a political economy of culture : capitalism and communication in the twenty-first century*. Lanham, Md. ; Oxford, Rowman & Littlefield.
- Cottle, Simon (2003). *Media organisation and production*. London ; Thousand Oaks, Calif., Sage.
- Du Gay, Paul (1996). *Consumption and identity at work*. London ; Thousand Oaks, Calif., Sage.
- Du Gay, Paul (1997). *Doing cultural studies : the story of the Sony Walkman*. London
- Walton Hall, Milton Keynes, SAGE ; Open University.
- Fiske, John (1987). *Television culture*. London, Eng., Methuen.
- Garnham, Nicholas and Fred Inglis (1990). *Capitalism and communication : global culture and the economics of information*. London ; Newbury Park, Sage Publications.
- Geras, N. (1987). "Post-Marxism?" *New Left Review* **163**: 40–82.
- Gitlin, Todd (1983). *Inside prime time*. New York, Pantheon Books.
- Grossberg, L. (1995). "Cultural studies vs . political economy: Is anyone else bored with this debate?" *Critical Studies in Mass Communication* **12**: 72-81.
- Grossberg, Lawrence (1992). *We gotta get out of this place : popular conservatism and postmodern culture*. New York, Routledge.
- Hall, Stuart (1980). "Cultural Studies: Two Paradigms." *Media, Culture and Society* **2**: 57-72.
- Hall, Stuart (1994, 1ère ed. 1973). "Codage décodage." *Réseaux* **68**.
- Hartley (2004). *Creative Industries*. Oxford, Blackwell Publishing Ltd.
- Hesmondhalgh, David (2002). *The cultural industries*. London ; Thousand Oaks, Calif., SAGE.
- Heuman, Josh (2003). "Beyond Political Economy versus Cultural Studies? The New "Cultural Economy"." *Journal of Communication Inquiry* **27**(1): 104-108.
- Huet, Armel (1984). *Capitalisme et industries culturelles*. Grenoble, Presses universitaires de Grenoble.
- Kellner, Douglas (1995). "Cultural Studies vs. Political Economy: Overcoming the Divide." *Kultur Studier: Journal of Cultural Studies*: 34-55.
- Kline, Stephen, Nick Dyer-Witheford, et al. (2003). *Digital play : the interaction of technology, culture, and marketing*. Montréal, McGill-Queen's University Press.
- Massey, D (2005). *For Space*. London, Sage.
- McCullough, John (2005). "Watching Movies in Global Hollywood " *Topia* **14**(automne 2005).
- Miller, Toby (1993). *The well-tempered self : citizenship, culture, and the postmodern subject*. Baltimore, Md., Johns Hopkins University Press.
- Miller, Toby, Nitin Govil, et al. (2001). *Global Hollywood*. London, British Film Institute.
- Morley, David (1988). *Family television : cultural power and domestic leisure*. London, Routledge.

Morley, David (1992). *Television, audiences, and cultural studies*. London ; New York, Routledge.

Negus, Keith (1992). *Producing pop : culture and conflict in the popular music industry*. London ; New York

New York, E. Arnold ; Routledge, Chapman, and Hall.

Robin, Christian (2007). Conditions de production et contenus. Tenir compte de la complexité des productions culturelles. *Les industries de la culture et de la communication en mutation*. P. Bouquillion and Y. Combès. Paris, l'Harmattan: 65-74.

Straw, Will (2004). "Cultural Scenes." *Loisir et société / Society and Leisure* **27**(2): 411-422.

Wolff, Janet (1999). "Cultural Studies and the Sociology of Culture." *Contemporary Sociology* **28**(5): 499-507.