



HAL
open science

Arcy (Jean d')

Sylvie Pierre

► **To cite this version:**

| Sylvie Pierre. Arcy (Jean d'). 2018, pp.[En ligne]. hal-01893088

HAL Id: hal-01893088

<https://hal.univ-lorraine.fr/hal-01893088>

Submitted on 11 Oct 2018

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Publictionnaire

Dictionnaire encyclopédique et critique des Publics

Arcy (Jean d')

Sylvie Pierre

Référence électronique

Sylvie Pierre, Arcy (Jean d'). *Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics*. Mis en ligne le 11 octobre 2018. Accès : <http://publictionnaire.huma-num.fr/notice/arcy-jean/>.

Le *Publictionnaire. Dictionnaire encyclopédique et critique des publics* est un dictionnaire collaboratif en ligne sous la responsabilité du Centre de recherche sur les médiations (Crem, Université de Lorraine) ayant pour ambition de clarifier la terminologie et le profit heuristique des concepts relatifs à la notion de public et aux méthodes d'analyse des publics pour en proposer une cartographie critique et encyclopédique.

Accès : <http://publictionnaire.huma-num.fr/>

Cette notice est mise à disposition selon les termes de la licence Creative Commons Attribution - Pas d'utilisation commerciale - Pas de modification 3.0 France.

Pour voir une copie de cette licence, visitez <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/fr/> ou écrivez à Creative Commons, PO Box 1866, Mountain View, CA 94042, USA.



Arcy (Jean d')

Jean d'Arcy (1913-1983) est une personnalité importante dans l'histoire de l'audiovisuel. Son nom conjugue qualité, exigence et popularité, à une époque fondatrice de la télévision publique française. Licencié en droit et diplômé des Hautes études commerciales (HEC), il devient officier d'active en 1933 et le reste jusqu'en 1945. Après la guerre, sa carrière est elle aussi scandée par plusieurs étapes marquantes. Membre de plusieurs cabinets ministériels (1944-1950), directeur des programmes de la Radiodiffusion-télévision française (RTF) (1952-1959), directeur de la division radio et des moyens visuels d'information au service de l'information de l'Organisation des nations unies (1961-1971), il est reconnu pour son expertise du secteur audiovisuel. Endossant de nombreuses responsabilités dans le domaine de la communication audiovisuelle, il joue un rôle de conseil au sein de l'Institut national de l'audiovisuel (Ina), du Haut Conseil de l'audiovisuel (1975) et de la Commission d'orientation et de réflexion sur l'audiovisuel, dite Commission Moinot (1981). Hormis ces missions, il a également participé à de nombreux débats internationaux sur la télévision, les moyens de communication et l'usage des technologies au fur et à mesure des avancées.

Tout au long de sa carrière, ce « penseur de la communication » (Pierre, 2012, 2013 ; Lévy, 2013) a élaboré une réflexion approfondie de nature philosophique et politique qui rend explicite sa vision du média, en particulier du public de celui-ci. D'ailleurs, la conception du public par Jean d'Arcy est au carrefour de l'évolution des usages des techniques de communication et du regard qu'il porte sur l'humain.

De l'engagement dans la Résistance à l'entrée à la RTF

L'entrée à la télévision du baron d'Arcy constitue un changement de trajectoire pour cet homme à l'héritage culturel marqué par son appartenance à une aristocratie fort ancienne. La notion de « champ » élaborée par Pierre Bourdieu (1980 : 113-120) est féconde pour expliquer les conduites individuelles de cet acteur des médias, mais aussi pour identifier les logiques propres aux univers sociaux dans lesquels il évolue. En effet, son engagement au sein du média est influencé par les valeurs de la Résistance et des rencontres déterminantes au sein du réseau Combat d'Henri Frenay qu'il rejoint en 1942 (Pierre, 2012 : 23-30). Il retient en particulier de son expérience des chantiers de jeunesse et de la Résistance, période fondatrice de sa vie, une vision politique du territoire et des réseaux et un attachement indéfectible à la démocratie et à tous ses principes, particulièrement la liberté qu'il ne cessera de défendre.

L'étendue de sa culture, l'acuité de ses intuitions en matière de communication et son sens critique des paradigmes de pouvoir, de domination et de liberté, le conduiront à partir des années 1950 à s'exprimer sur la notion de public : « Nous considérons que la télévision est un service public, mais dans ce mot "service public", je voudrais que vous reteniez essentiellement le mot servir. [...] Parce que les besoins que nous avons à satisfaire sont des besoins fondamentaux des hommes : besoins intellectuels et spirituels » (d'Arcy, 1957). Tout comme Norbert Wiener, il voit dans l'avènement d'une société structurée autour de l'information une façon d'empêcher que ne se reproduise la barbarie du conflit qui vient de se terminer (Mattelart, 1999 : 311). Ainsi écrit-il : « De tous ces réseaux qui s'entrecroisent et qui ont tous la même mission : mettre l'Humanité en contact avec elle-même, le réseau de télévision, dernier venu, paraît le plus complet, le plus total, le plus achevé » (d'Arcy, 1960b : 212). En arrière-fond de sa conception, on perçoit le mythe de l'utopie planétaire (Mattelart,

1999), un mythe fondé sur le droit des peuples à s'émanciper et que Jean d'Arcy cherchera à imposer.

Le spectateur de télévision : un individu à part entière

Dès 1953, Jean d'Arcy définit le téléspectateur comme « un individu à part entière » : « Il vaut mieux parler des spectateurs, des différents groupes, des différentes individualités qui sont derrière le mot "public". Ne considérer qu'une masse anonyme est à mon avis une très grosse erreur » (*in* Cazenave, 1984 : 45). De ce fait, chacun des discours et conférences prononcés par Jean d'Arcy s'adresse à des institutions ou professionnels (mouvements de culture populaire, École, Armée, Unesco, professionnels, politiques, etc.). Car il s'agit pour lui de convaincre les publics et de montrer comment le téléspectateur guide littéralement le travail des réalisateurs et détermine les dispositifs et le contenu des programmes.

On peut résumer la pensée de Jean d'Arcy par deux traits principaux. Le premier tient au regard porté sur le téléspectateur citoyen : ce dernier est considéré comme une personne à part entière à qui il faut s'adresser de manière intime : « La Télévision est une victoire de l'individu sur la foule car elle s'adresse essentiellement à l'individu. Par la Télévision, nous apportons à domicile une possibilité d'enrichissement considérable. [...] Le commentaire de télévision doit être un commentaire de cœur, un commentaire d'homme à homme » (d'Arcy, 1957). Dans cette perspective, la télévision n'existe que pour édifier des dispositifs à l'attention de publics spécifiques. Ses contenus, son organisation sont tendus vers cet objectif démocratique et le refus de logiques de domination (Certeau, 1980 : 20-22). Le second point réside dans la conception de la construction citoyenne d'un téléspectateur actif « beaucoup plus ouvert, critique, éveillé, conscient qu'on ne le prétend » (d'Arcy, 1957) qu'il faut servir mais aussi éduquer à l'image, former au jugement, afin qu'il ne cherche pas à censurer les programmes : « Je fais confiance au public, je sais qu'il n'est pas dupe, qu'il est beaucoup plus fin que les censeurs ne l'imaginent » (*in* Cazenave, 1984 : 47). Il ne s'agit pas d'essayer de plaire, et encore moins de plaire à tous : « Aimer le public signifie qu'il s'agit ni de le surestimer, ni de le sous-estimer » (d'Arcy, 1961). De tels propos sont révélateurs des stratégies de captation du destinataire et révèlent la perception que se fait Jean d'Arcy des attentes spectatoriennes des publics dans la phase de mise en place de la télévision dont les lois commencent à se dessiner. De cette conception du téléspectateur explicitement individualisée découlent des « adresses incertaines », formes d'interpellation du téléspectateur, qui sont des processus d'expérimentation qui président à la mise en place d'une nouvelle communication médiatique (Lochard, 1999 : 133-154).

Enfin, humaniste, Jean d'Arcy a défendu une éthique professionnelle respectueuse des téléspectateurs : « Avant d'être un outil de propagande, de publicité ou d'action psychologique, les organismes de radiodiffusion et de télévision ont une mission sociale et humaine à accomplir, avant d'être un outil, ils sont un service. [...] L'information complète et véridique est un droit absolu des individus et un besoin irrépressible » (d'Arcy, 1956).

Pour un public populaire

En véritable stratège, Jean d'Arcy relève le défi de construire la télévision française comme un média culturel composé d'une équipe de professionnels engagés et responsables (Pierre, 2012 : 113-129). Ses stratégies de reconversion expliquent que son projet est un projet politique, refusant le clivage entre une culture considérée comme privilégiée et une culture populaire, débat qui intéresse les sociologues dès les années 1960 (Bourdieu, Passeron, 1964). La dimension idéologique de ses discours prônant la démocratisation de la culture s'inscrit dans le projet des mouvements d'éducation populaire comme Peuple et culture ou des idées portées par les membres du Conseil national de la Résistance (CNR) : « C'était la vue que nous avions de notre mission : pas du tout du misérabilisme, du paupérisme, mais un désir

d'apporter au pays des possibilités de rêve, d'évasion, dont il avait à coup sûr infiniment plus besoin que le public qui ensuite, dans les milieux dits cultivés, s'est mis à accepter la télévision » (*in* Cazenave, 1984 : 43). Il s'agit d'apporter au plus grand nombre les œuvres maîtresses de la littérature, du théâtre classique, voire du cinéma d'auteur. Jean d'Arcy est le promoteur de programmes qui sont encore cités comme ceux d'une télévision de qualité (Pierre, 2014). Cette période souvent mythifiée de la télévision française nécessite toutefois d'être nuancée car si l'orientation des programmes atteste bien en effet de cette ambition de satisfaire des besoins intellectuels et culturels, elle ne refuse jamais à combler une demande distractive reconnue comme légitime : « Je pense qu'il est possible, à la fois de distraire, d'informer et d'instruire. Je pense qu'il ne faut pas, dans une émission, avoir pour but un seul de ces objectifs. Je crois que toutes les émissions, même les émissions de variétés, devraient avoir ces trois objectifs à la fois en vue » (d'Arcy, 1957). Son projet vise aussi à renverser les valeurs et les rôles en magnifiant le peuple dans des émissions comme *À la découverte des Français* (série documentaire réalisée par Jean-Claude Bergeret et Jacques Krier, 1957-1960). Dès son arrivée à la télévision, soucieux de créer des liens avec les téléspectateurs, Jean d'Arcy conçoit des outils spécifiques destinés à mieux les connaître, alors que les mesures d'audience et les enquêtes scientifiques des pratiques culturelles et de loisirs sont encore embryonnaires (Dumazedier, 1955). Sa démarche à l'égard du public consiste à étudier les modes de réception de la télévision et, par conséquent, les formes de pratiques culturelles dans lesquelles s'inscrivent les acteurs de la communication. Concrètement, il s'agit d'initier des tactiques pour développer le média en recherchant des publics spécifiques, « de petits publics à qui on apportait des émissions correspondant à leurs désirs » (Cazenave, 1984 : 43) mettant à mal le mythe du « grand public », dont le « mineur d'Anzin » est l'archétype. Cette volonté de s'intéresser aux « petits publics » ou publics spécifiques dans une télévision à chaîne unique, refusant une audience conçue comme homogène, s'impose ainsi très tôt et fera l'objet de multiples recherches (Souchon, 1990 : 71-78). Jean d'Arcy refuse de répondre aux attentes du public et fonde sa conception du média sur une vision enthousiaste de transformations sociales induites par la société industrielle : « C'est pour ce public que nous existons ; c'est de ce public que nous sommes responsables dont nous devons avoir le sentiment d'être responsables. [...] Il ne s'agit pas de plaire, encore moins de plaire à tous. Ce serait le meilleur moyen de ne satisfaire personne » (d'Arcy, 1961). Progressivement, Jean d'Arcy adoptera une posture de résistance au sein d'une télévision soumise à une industrialisation croissante dont les logiques de production et de fonctionnement seront soumises à des pressions politiques et économiques, ce qui le conduira à quitter la RTF en 1959.

Le droit de l'homme à la communication

Dès 1953, avec la retransmission du couronnement de la reine d'Angleterre, Jean d'Arcy initie une coopération internationale entre les organismes de télévision au niveau européen. En 1954, il fonde l'Eurovision et occupe la vice-présidence de la Commission des programmes de l'Union européenne de radiodiffusion (UER) (1954-1961) avec la conviction que la télévision doit dépasser les frontières pour atteindre un public plus large et ainsi être facteur de lien social :

« L'Eurovision devient pour nous l'école de la tolérance et de l'intelligence d'autrui. [...] Aller chercher le plus loin possible les images valables afin de permettre à nos spectateurs d'explorer ce monde à leur porte, était un devoir impérieux que nous ressentions tous. [...] Comme beaucoup d'inventions modernes, la télévision n'est plus à l'échelle de nos pays d'Europe. La bonne télévision se fait à l'échelle d'un continent. Tant du point de vue de la création que de celui de la rentabilité, c'est tout une part de

l'univers qu'elle exige. C'est du concours de millions d'hommes qu'elle a besoin pour exister » (d'Arcy, 1958).

Pour espérer concrétiser son projet, l'UER mise sur la pertinence des programmes, seul vecteur capable, selon lui, de traverser les frontières nationales et d'offrir une vision plus large, à l'échelle du continent. En cela, il contribue à construire une Europe culturelle et à forger une identité européenne nouvelle avec toutefois difficultés et obstacles (Lévy, Sicard, 2008 : 97-112).

C'est évidemment durant son mandat à l'Onu en tant que directeur des moyens audiovisuels qu'il développa sa conception internationale de la communication audiovisuelle, tant pour les échanges entre pays industrialisés que pour l'accès des pays en voie de développement aux médias. La position de principe de Jean d'Arcy était clairement affirmée dans ce domaine : la liberté d'expression est un droit essentiel et sacré de l'individu. Il s'est fait ainsi l'ambassadeur du « droit de l'homme à la communication », concept qu'il inventa en 1969 (d'Arcy, 1969). Conçue comme un droit nouveau, cette notion se voulait, selon lui, une liberté plus large et plus haute que la liberté d'expression et d'information traditionnelle :

« La notion d'interdépendance de chaque organisme est un autre obstacle : tant que demeureront des frontières, la télévision apparaîtra toujours plus ou moins par rapport à ses spectateurs, comme un attribut de souveraineté nationale que nul n'a le droit d'aliéner, et si un jour, en ce domaine comme en d'autres, les frontières doivent s'abaisser, nous sentons qu'il sera du devoir des responsables de conserver aux différentes stations leur personnalité propre qui permet à des peuples, à des nations même s'ils sont fondus en de plus grands ensembles, de faire entendre leur voix. Notre richesse vient de notre diversité » (D'Arcy, 1960a).

Le public est central dans la pensée de Jean d'Arcy pour qui la technique n'est qu'un moyen au service d'une visée humaniste de la communication. Visionnaire, son approche de « l'Homme » et du projet qu'il défend est d'une grande actualité. Par exemple, si la notion de public populaire semble complexe voire obsolète, elle reste un enjeu central pour la communication (Lits, 2009 : 20). D'ailleurs, dans le contexte de la mondialisation, est réinterrogée l'idée de la fin du modèle vertical du flux à sens unique d'information, du refus d'une communication depuis l'élite vers les masses, des riches (en termes de communication) vers les pauvres. De surcroît, depuis les années 2000, les quatre principes clés qui fondent son « droit à la communication » – diversité, liberté, accès et participation – sont au centre des chantiers ouverts par le mouvement social sur la diversité des expressions culturelles et médiatiques (Mattelart, 2007).

Assurément, Jean d'Arcy incarne l'idée de liberté et de respect des peuples à l'heure des questionnements complexes sur la mondialisation des échanges et leur encadrement juridique.

Bibliographie

Bourdieu P., 1980, *Questions de sociologie*, Paris, Éd. de Minuit, 1988.

Bourdieu P., Passeron J.-C., 1964, *Les Héritiers. Les étudiants et la culture*, Paris, Éd. de Minuit.

Cazenave F., éd., 1984, *Pionnier et visionnaire de la télévision. Jean d'Arcy parle*, Bry-sur-Marne/Paris, Ina/La Documentation française.

Certeau M. de., 1980, *L'Invention du quotidien*, Paris, Union générale d'éditions.

Dumazedier J., 1955, *Télévision et éducation populaire. Les télé-clubs en France*, Paris, Unesco.

- Lévy M.-F., dir., 2013, *Jean d'Arcy. Penser la communication au XX^e siècle*, Paris, Publications de la Sorbonne.
- Lévy M.-F., Sicard M.-N., dirs, 2008, *Les Lucarnes de l'Europe. Télévisions, cultures, identités, 1945-2005*, Paris, Publications de la Sorbonne.
- Lits M., 2009, « Populaire et populisme : entre dénigrement et exaltation », pp. 9-27, in : Lits M., dir., *Populaire et populisme*, Paris, CNRS Éd.
- Lochard G., 1999, « Des “adresses” incertaines. Approche des formes d'interpellation du téléspectateur », pp. 133-145, in : Lévy M.-F., dir., *La Télévision dans la République. Les années 50*, Bruxelles/Paris, Éd. Complexe/IHTP/CNRS.
- Mattelart A., 1999, *Histoire de l'utopie planétaire. De la cité prophétique à la société globale*, Paris, Éd. La Découverte, 2009.
- Mattelart A., 2007, « Qui contrôle les concepts ? », *Le Monde diplomatique*, 641, p. 28.
- Pierre S., 2012, *Jean d'Arcy, penseur et stratège de la télévision française*, Bry-sur-Marne, Ina Éd.
- Pierre S., 2013, « Jeunesse et genèse de la stratégie communicationnelle chez Jean d'Arcy », pp. 23-31, in : Lévy M.-F., dir., *Jean d'Arcy. Penser la communication au XX^e siècle*, Publications de la Sorbonne.
- Pierre S., 2014, « Archéologie de la qualité à la télévision : analyse historique, perspective éthique et pratique », pp. 83-96, in : Jost F., dir., *Pour une télévision de qualité*, Bry-sur-Marne, Ina Éd.
- Souchon M., 1990, « Un public ou des publics ? », *Communications*, 51, pp. 71-78. Accès : https://www.persee.fr/doc/comm_0588-8018_1990_num_51_1_1772.

Discours cités de Jean d'Arcy

- Arcy J. d', 1956, Discours à l'École de guerre. Action psychologique, février 1956. Archives du Comité d'histoire de la télévision.
- Arcy J. d', 1957, Conférence. Stage international des réalisateurs, archives du Comité d'histoire de la télévision (CHTV), fonds Jean d'Arcy, Archives du Comité d'histoire de la télévision.
- Arcy J. d', 1958, Discours, « L'Eurovision », Paris, fonds Jean d'Arcy, Archives du Comité d'histoire de la télévision.
- Arcy J. d', 1960a, Discours, « La télévision au service de la compréhension internationale », Paris, Unesco, fonds Jean d'Arcy, Archives du Comité d'histoire de la télévision.
- Arcy J. d', 1960b, Discours, « La télévision et le contact entre les peuples », pp. 211-224, in : *La Télévision*, XXVIII, Semaine sociale universitaire du 21 au 26 mars 1960, Université libre de Bruxelles, Institut de sociologie Solvay.
- Arcy J. d', 1969, « Direct Broadcast Satellites and the Right to Communicate », pp. 1-9, in : Harms L. S., ed., *Right to Communicate. Collected Papers*, Honolulu, University of Hawaii Press, 1977.